

### **Gatekeeper**

Bei Nachrichtenagenturen gehen täglich mehrere tausende Nachrichten ein. Nur ein Bruchteil dieser Nachrichten „sind eine Meldung wert“ (Beispiel: AP täglicher Input 8000 / täglicher Output 260). Bei diesem ungleichmäßigen Input-Output Verhältnis wirkt ein starker Selektionsmechanismus. Wie mächtig sind die „Gatekeeper“, die einigen Wenigen, die diese Nachrichten selektieren? Wie können diese „Gatekeeper“ ihre hoch angepriesene Objektivität gegenüber den Rezipienten rechtfertigen und auch garantieren?

### **Lion Feuchtwanger vs. Knut – oder: Ist Chicorée mehr wert als Kultur?**

Ein weiterer Aspekt ist die Themenkonkurrenz. Beispiel: Lion Feuchtwanger vs. Knut. Wie kann von den Nachrichtenagenturen gerechtfertigt werden den 50. Todestag einer Person, die als Teil des nationalen Kulturerbes eine starke Bedeutsamkeit erfahren sollte, als nicht meldungswert zu bezeichnen und gleichzeitig einem Eisbären als reinen Unterhaltungsfaktor die hier kostbare Ressource Aufmerksamkeit zukommen zu lassen?

Ein weiteres Beispiel: Banalitäten vs. Feuchtwanger: Ist Chicorée mehr wert als Kultur?  
ddp 16.12.08 7:38 Uhr : „Berlin (ddp). Chicorée gibt es das ganze Jahr über zu kaufen, Hauptsaison ist von November bis April. Beim Einkauf gibt es einige Dinge zu beachten (...)“

### **Nachrichten sind Geschäft**

Das hier oft angebrachte wirtschaftliche Argument des kundenorientierten Handelns sollte ebenfalls in Frage gestellt werden. Der Konsens der Nachrichtenagenturen lautet hier: Es wird nur berichtet wonach gefragt wird. Das Gegenargument: Wie soll nach etwas gefragt werden was nicht bekannt ist? Das Interesse der Kunden und Rezipienten kann durch Konfrontation mit unbekanntem und neuen Themen genauso gut entstehen.

### **Weitere Fragen & Ansätze**

Was ist eine Nachricht? Nach welchen Kriterien kann der Wert einer Nachricht objektiv bestimmt werden? Inwieweit kann eine von der Kirche getragene Nachrichtenagentur (epd) von sich behaupten unabhängig zu sein?