

Inhalt

<i>Anke Martiny</i>	
Vorwort	7
Die Top Ten der vernachlässigten Themen 2006	11
<i>Horst Pöttker</i>	
Recherche – chronisches Defizit des Journalismus	
Die INA bemüht sich um Ausgleich	15
<i>Christian Schicha</i>	
Vernachlässigung als Thema	
Nachrichtenaufklärung trotz Nachrichtenfaktoren	25
<i>Rita Vock</i>	
Was gilt als wichtig?	
Über die strukturelle Vernachlässigung von Nachrichten	35
<i>Christiane Schulzki-Haddouti</i>	
Auf der Suche nach dem Vernachlässigten	
Recherchieren für die Initiative Nachrichtenaufklärung	55
<i>Peter Ludes</i>	
Verdunkelungsgefahren oder Medienzivilisierung?	63
<i>Caja Thimm/Sandra Berlinecke</i>	
Mehr Öffentlichkeit für unterdrückte Themen?	
Chancen und Grenzen von Weblogs	81
<i>Johannes Ludwig</i>	
Investigativer Journalismus: Handwerk oder „Hohe Kunst“?	103
<i>Hubertus Gärtner</i>	
Investigativer Journalismus im Lokalen	121

<i>Manfred Redelfs</i>	
„Investigative Reporting“ in den USA: Welche Strukturen stützen den Recherche-Journalismus?	131
<i>Carl Jensen</i>	
Thirty Years of Censored News	157
<i>Christoph Hickmann</i>	
Von wichtigen und weniger wichtigen Geschichten. Eine Polemik	167
Statut der Initiative Nachrichtenaufklärung	173
Geschäftsordnung der Jury der Initiative Nachrichtenaufklärung	177
Die Top Ten der vernachlässigten Themen 2006 (Ausführliche Dokumentation)	179
Die Top Ten der vernachlässigten Themen 1997-2005 (Kurzfassungen)	213
Verzeichnis der Autorinnen und Autoren	241
Register	245

Vorwort

Anke Martiny

„Nachhaltigkeit“ – „sustainability“ – kommt als Begriff im 15 Jahre alten Langenscheidt'schen Großwörterbuch weder auf Englisch noch auf Deutsch vor. Das ist merkwürdig, denn es ist heute eines der meist gebrauchten Worte, wenn es um die Wirkung oder die Folgen gesellschaftlich bedeutsamer Handlungen geht. Hat sich die Welt so rasch verändert, dass nicht einmal große Lexika auf dem Laufenden sind?

Nachhaltig sollen Energiesparmaßnahmen wirken, „sustainable“ sollen Umweltauflagen sein, auf Nachhaltigkeit zielen zum Beispiel die Programmatik und die beabsichtigte Ausgestaltung eines Großereignisses wie des Evangelischen Kirchentages, der derzeit für den Mai 2007 in Köln geplant wird. Verschwendung ist demnach „mega-out“, Nachhaltigkeit heißt das Gebot der Stunde.

Relativ neu ist der Begriff also wohl, aber er ist weit davon entfernt, lediglich modisch zu sein. Ein Kampfbegriff ist er sicher auch nicht, obgleich er umstritten ist. Benutzt wird er vor allem von jenen, die die Gesellschaft zum Besseren verändern wollen. Aber auch kommunale Amts- und Würdenträger wissen ihn einzusetzen und auf ihre Verantwortungsbereiche anzuwenden.

Der Begriff „Nachhaltigkeit“ umschreibt, dass gesellschaftlich notwendige Maßnahmen oder Projekte keine Eintagsfliegen und keine Ad-hoc-Entscheidungen sein dürfen, sondern zukünftige Entwicklungen berücksichtigen und langfristig positive Veränderungen bewirken sollen. Werden Häuser oder Energieversorgungssysteme modernisiert, so soll damit nachhaltig Energie gespart werden – mit positiven Auswirkungen auf die Kosten und auf die Umwelt. Findet ein Großereignis statt, so wünscht man sich, dass seine Wirkungen nicht wie ein Feuerwerk zerknallen und verpuffen, sondern dass nach dem Ereignis Veränderungen festzustellen sind, die in der Region dankbar bemerkt werden, weil sie langfristig positive Effekte haben.

In einem bestimmten Bereich wird von Nachhaltigkeit zwar oft geschrieben und gesprochen, aber in ihm selbst sind Beiträge dazu eher selten. Das ist der Journalismus. „Nichts ist so fad wie die Zeitung von gestern“, heißt es zum Beispiel oft. Als ob es in den Zeitungen vor allem um die Neuigkeiten, die

„News“ ginge! Viele in der Öffentlichkeit stehende Menschen oder Firmen und Organisationen verlassen sich darauf, negative Medienberichte einfach mit Schweigen zu übergehen und sie „auszusitzen“, denn – wie es heißt – „morgen läuft eine andere Sau durchs Dorf“. Auch die im Halbstundentakt im Radio oder im Fernsehen gelieferten Nachrichten leisten so gut wie nichts, um den Nachrichten andere Qualitäten als den reinen News-Transport abzuverlangen.

Das hier vorliegende Handbuch der „Initiative Nachrichtenaufklärung“ (INA) ist die Fortsetzung des Versuches, dem Umgang mit Nachrichten so etwas wie Nachhaltigkeit zu geben. Es geht darum, die Hektik des News-Umsatzes punktuell zu stoppen und parallel zum sich eifrig weiter drehenden Nachrichtenkarussell Haltepunkte einzurichten, wo Fragen erzwungen werden sollen: „Wie? Das war alles?“ Oder: „Und was geschieht nun weiter?“

Eigentlich sollte sich ja auch der Nachrichten-Konsument gelegentlich fragen, was denn aus einem Vorgang wurde, über den er sich vor Wochen oder Monaten geärgert oder gewundert hatte, oder auch, warum er von manchen schlimmen Dingen gar nichts (mehr) liest.

„Nachrichtenaufklärung“ ist etwas anderes als der Wetterbericht, das Horoskop oder der Veranstaltungskalender. Gemeint ist, dass die Übermittlung von Nachrichten aufklärerische Ziele verfolgen sollte oder muss. Journalisten sollten sich fragen: Warum leite ich eine Nachricht weiter? Treibt mich die Sensationslust? Will ich am Markt der Erste sein? Sodann: Welchen Zweck verfolge ich mit der Weitergabe? Möchte ich öffentlich aufrütteln und Mitstreiter gewinnen? Will ich Zusammenhänge klären und der „res publica“, also den „öffentlichen Angelegenheiten“ dienen? Schließlich: Ist es nicht meine Pflicht, zu beobachten, wie mit der von mir übermittelten Nachricht weiter umgegangen wird? Wird sie totgeschwiegen? Wer greift sie auf? Löst sie Reaktionen aus? – Genauso wichtig ist aber ein Fragenbündel, das danach sucht, warum bestimmte Nachrichten nicht übermittelt werden und warum Journalisten einzelnen Fragestellungen von Relevanz nicht nachgehen.

Die „Initiative Nachrichtenaufklärung“ wurde 1997 von Medien- und Kommunikationswissenschaftlern gegründet. Sie „stellt sich die Aufgabe, Journalisten und Medien auf Themen hinzuweisen, die zu wenig oder gar nicht öffentlich gemacht werden, obwohl sie relevant sind. Die INA will über Gründe und Folgen dieser Vernachlässigung aufklären.“ So steht es im Statut der Organisation. Die Initiative schränkt die aufklärerischen Ziele also etwas ein: Ihr geht es vor allem um Themen, von denen die Medien kaum Kenntnis nehmen. Um diese ins öffentliche Bewusstsein zu rücken, wird alljährlich ein Kranz aus zehn „Top-Themen“ geflochten, derer sich im jeweils vergangenen Jahr nach Meinung der Jury zu wenige angenommen hatten.

Der vorliegende Band enthält und kommentiert diese Top Ten des Jahres 2006 und liefert damit eine seit 1997 zum zehnten Mal neuerlich verbreiterte Basis für die anderen Beiträge des Buches, die sich mit den Gründen befassen, warum bestimmte Nachrichten als wichtig, andere hingegen als vernachlässigungswert betrachtet werden.

Wer heutzutage als Journalist oder auch als NGO Material in die öffentliche Diskussion einspeisen möchte, sieht sich einem harten Wettbewerb um die umkämpfte Ressource Öffentlichkeit ausgesetzt. Auch die beste Recherche bringt ein unbefriedigendes Ergebnis, wenn ihr Resultat am falschen Ort und zur falschen Zeit platziert wird. Auch hierzu bietet das Handbuch zusammenfassende Beiträge.

Die Mechanismen zu durchschauen, wo über die Wichtigkeit und Relevanz von Nachrichten entschieden wird, ist nicht jedem gegeben. Insofern kommt der „Initiative Nachrichtenaufklärung“ die Rolle eines „Media Watchdog“ zu, der sich gern auch investigativer Methoden bedient. Besonders im Lokaljournalismus wächst die Bedeutung der investigativen Recherche. Die wachsende Medienkonzentration macht es ständig schwieriger, politisch belastende Resultate der Recherche öffentlich zu machen und dadurch eine Debatte zu entfachen, die die Dinge klärt. Da kann ein solcher Watchdog helfen.

Die Aufgaben unabhängiger Medien und Journalisten werden angesichts der vermachteten Marktstrukturen immer größer. Einzelne können die Verantwortung für die „Aufklärung mittels Nachrichten“ kaum mehr schultern. Umso wichtiger ist es, dass Organisationen wie die „Initiative Nachrichtenaufklärung“ ihnen beispringen und zu einer laut vernehmbaren Stimme werden.