

Checkliste: Die Nachricht

Was macht die Nachricht zur Nachricht?

Betroffenheit, geographische Nähe, kulturelle Nähe, Sensation, Prominenz, Human Interest

Ideen zum Einstieg

- Formen: Action, Atmosphäre, Zitat, Szene, symptomatisches Detail
- Inhaltliche Möglichkeiten: Kontrast, Leser anreden, These, Provokation, rhetorische Frage, Scherz, Tatsachenfeststellung, Vergleich, Zitat
- Sprachliche Varianten: Alliteration, Lautmalerei, Metapher, Reim, Wortspiel, Wortneuschöpfung

Das Handwerk

- Die Nachricht ist wichtig, entspricht dem Interesse der Leser!
- Der Redakteur hält Distanz zum Thema!
- Die Fakten wurden überprüft!
- Wenn die Meinung relevanter Personen dargestellt wird, muss auch die Gegenmeinung anderer Betroffener formuliert werden!
- Tatsachen wurden nicht verändert!
- Nichts Wichtiges wurde weggelassen!
- Aufbau: W-Fragen, Quelle, Einzelheiten und weitere W-Fragen, Hintergrund und Zusammenhänge.
- Das Wichtige kommt in der Nachricht zuerst!
- Die Sprache ist sachlich und nüchtern!
- Der erste Satz enthält den Kern der Nachricht.
- Keine Kommentare der Redaktion, nur sachliche Erläuterungen!
- Keine komplizierten Sätze!
- Aufbau von Spannung!
- Der erste Satz für Berichte aus der Vergangenheit steht im Perfekt, dann wird im Präteritum

berichtet!

- Ankündigungen im Präsens, wenn die Ereignisse in weiterer Zukunft liegen: Futur!
- Unwichtiges wurde weggelassen!
- Detail statt Abstraktion!

Die Überschrift

- Das Wichtigste steht in der Überschrift!
- Die Überschrift ist so knapp wie möglich!
- Verben statt Nomina!
- Telegrammstil, keine ganzen Sätze!
- Der Neuigkeitswert wird deutlich!
- Standardformeln wurden vermieden!
- Satzzeichen wurden sparsam eingesetzt: keine Punkte und Ausrufezeichen, wenig Kommata, Doppelpunkt nur beim Zitat, bei Ortsangaben und bei der Angabe von Folgen)
- Keine Fragen in der Überschrift!
- In der Unterzeile wurde nicht wiederholt, was in der Hauptzeile steht!
- Die Dachzeile enthält nur Informationen, die zur Klärung der Überschrift beiträgt!

Sprache

<input type="checkbox"/>	Die indirekte Rede ist korrekt wiedergegeben!
<input type="checkbox"/>	Auf Ironie wurde verzichtet!
<input type="checkbox"/>	Die Zeitenfolge ist richtig!
<input type="checkbox"/>	Die Namen und Titel stimmen, die Anrede „Herr“ oder „Frau“ oder „Dr.“ wurden weggelassen!
<input type="checkbox"/>	Unbekannte Abkürzungen werden aufgeschlüsselt.
<input type="checkbox"/>	Selbstverständliches wurde gestrichen!
<input type="checkbox"/>	Kein Neu- und Modedeutsch, keine Lieblingswörter und Sprachklischees!

<input type="checkbox"/>	Genitiv, keine „von“-Schummelei!
<input type="checkbox"/>	Die Präpositionen stimmen! (Debatte <i>über</i> , Hoffnung <i>auf</i> , in Kraft treten <i>am</i> , Mittel <i>zur</i> , das Jahr <i>in dem</i>)
<input type="checkbox"/>	Die Apposition steht im Fall des Substantivs, auf das sie sich bezieht! („er gab Herrn Meier, <i>dem Geschäftsführer</i> , Bescheid“)
<input type="checkbox"/>	Unnötige Hilfsverben wurden getilgt! (Er will früher gehen, nicht: <i>Er will früher gehen dürfen</i>)
<input type="checkbox"/>	Überflüssige Präfixe wurden weggelassen! (Bedingung, nicht <i>Vorbedingung</i>)
<input type="checkbox"/>	Die kürzeste Form wurde verwendet!
<input type="checkbox"/>	Die doppelte Verneinung wurden positiv formuliert! (Er war dafür, Truppen zu entsenden. Nicht: <i>Er lehnte die Nichtentsendung deutscher Truppen ab.</i>)
<input type="checkbox"/>	Redundanzen (Doppelungen) wurden getilgt! (<i>der stundenlange Verhandlungsmarathon</i>)
<input type="checkbox"/>	Adjektive, die nicht steigerbar sind, wurden nicht gesteigert! (das einzige Kind, nicht: das <i>einzigste</i> Kind)
<input type="checkbox"/>	Doppelungen innerhalb eines Worts kommen nicht vor! (das höchstgelegene, nicht: das <i>höchstgelegenste</i>)
<input type="checkbox"/>	Sprachschablonen wurden vermieden! (offene Frage, strittiger Punkt, tiefe Besorgnis...)
<input type="checkbox"/>	Die Formulierungen sind logisch! (Unterschieden wird z. B. zwischen: derselbe – der gleiche, mehrfach – mehrmals, anscheinend – scheinbar)
<input type="checkbox"/>	Auf überflüssige Doppelpunkte wurde verzichtet.
<input type="checkbox"/>	Keine Euphemismen (Beschönigungen)!
<input type="checkbox"/>	Keine Zahlenkolonnen! (So gab es im Jahr 2008 809 677 neue Stellen)