

„Eine Nachricht verlangt vom Sprecher sachlich unterkühlte Distanz, Frauen aber sind emotionale Wesen.“

Karl Heinz Köpcke, Nachrichtensprecher Tageschau, 1975

"Fakten, Fakten, Fakten."

Werbespruch des Magazins Focus, 90er-Jahre

1. Auch journalistische Nachrichten sind Narrationen.
2. Die klassische Nachrichtenform hat den Anschluss an die Veränderungen in Gesellschaft, Politik und Kommunikationsstilen der letzten Jahrzehnte verpasst.
3. Erzählmuster - wie etwa die Heldenreise - sind nur sehr eingeschränkt für Nachrichten nutzbar. Journalistische Inhalte lassen sich häufig nicht als runde Geschichte erzählen.

4. Die Vorgabe, dass Nachrichten nur aus Fakten bestehen und frei von Emotionen sein sollen, ist jedoch eine kommunikationspsychologische Unmöglichkeit.

5. Emotionen und Erfahrungen sind wesentlicher Teil menschlichen Handelns und damit auch jeder Nachricht und Information.

6. Ein Konzept, das die Erzählinstanz eines Textes unsichtbar werden lässt, verschleiert die Subjektivität jeder Mitteilung.

7. Nachrichten, die in einer veralteten Amtssprache daherkommen, täuschen eine Autorität und Objektivität vor, die sie nicht einlösen können.

8. Das Bedürfnis nach neutraler, unverfälschter und unabhängiger Information sollte jedoch ernst genommen werden.

9. Wir können die Subjektivität der Mitteilungen nicht aufheben. Statt sie zu verleugnen, brauchen sie eine reflektierte und transparente Subjektivität. Wir müssen die Erzählinstanzen und ihre Wege der Informationsbeschaffung sichtbar machen.

10. Ein Schreibstil der Verlautbarungen ist nicht demokratisch. Das Publikum muss in der Nachricht sichtbar werden. Dies kann durch einen dialogischen Stil geschehen.