

Wilke, Jürgen: Nachrichtenwerte im Wandel. Über den alliierten Einfluss auf den Nachkriegsjournalismus. In: Medien & Zeit, 16. Jg. (2002), Nr. 4, S. 32-37

- Neuanfang nach dem Krieg im journalistischen Bereich umso wichtiger, weil in Augen der Alliierten Instrumentalisierung der Massenmedien (Mm) zur Propaganda wesentliches Mittel von Aufstieg u. Zementierung der NS-Herrschaft war
- Presse u. Rundfunk wurde zentrale Rolle bei Umerziehung der Menschen zugemessen – dafür Planungen schon lange vor Kriegsende – man hielt sich daran (mit Modifikationen, zu denen die praktische Umsetzung zwang)
- Wiederaufbau auf der personellen, der strukturellen, der inhaltlichen Ebene
- *Personell*: während kurzer Zeit gaben Besatzer selbst Zeitungen für Bev. heraus – kurz darauf wurden dt. u. östr. Zeitungshrsg. lizenziert (Vorläufer: „Aachener Nachrichten“, die schon im Januar 45 Lizenz von US-Truppen erhalten) – niemand, der nach 33 für Zeitung in Dtl. gearbeitet hatte, sollte Lizenz erhalten, was jedoch unterschiedlich streng eingehalten wurde: von Amis mehr als von Franzosen
- Auch Entnazifizierung beim Zugang zum Journalistenberuf unterschied sich: weil man Leute brauchte, die sich auskannten, hier u. da Auge(n) zgedrückt
- *Strukturell*: untersch. Formen der Zulassung praktiziert: entweder Gruppenzeitungen, bei denen Lizenzträger versch. Couleur zusammenwirkten (z.B. „FR“ [Lizenz: 1.8.45], „Neues Österreich“ [Lizenz: 23.4.45]) oder man vergab Einzellizenzen an Personen, wobei nach (partei-)polit. Standort gestreut → Widerentstehen der Parteiblätter, die in Dtl. u. Östr. seit 19. Jh. Tradition haben
- Rundfunk: grundlegende Strukturentscheidung zugunsten der öffentl-rechlichen (ö-r) Org.form (Vorbild: UK)
- *Inhaltlich*: besonders wichtige Ebene, weil davon der Erfolg der demokrat. Umgestaltung abhing – N.agenturen ins Leben gerufen: Dtl.: GNS bzw. DANA, GNS-BZ, RHEINA (siehe He) – Östr.: Anfang Okt. 45 „Amerikanischer Nachrichtendienst“ (AND) errichtet, zunächst einzige zugelassene amerikanische Nachrichtenquelle in US-Zone
- N.agenturen waren entscheidende Einfallstore für Wandel der journ. Berichterstattung in besiegten Ländern in früher Nachkriegszeit – für Medien in Besatzungszonen damals einzige Quelle, v.a. für überregionale u. internationale Nachrichten
- GNS: Auslandsnews vom Allied Press Service (APS) aus Londen, DANA: von AP, UP, INS beliefert – dem DANA folss Angebot zu, dass in Form, Auswahl u. inhaltlicher Zusammensetzung vom amerikan. Journalismus geprägt war: dessen professionelle N.werte fanden Eingang in dt. Journalismus
- DANA-Zentrale war nach Willen des ersten Chefredakteurs Eugene Jolas: „Versuchsanstalt, die dem Aufbau eines neuen, demokrat. Journalismus in Dtl. dienen“ sollte“ – Jolas gab Grundsätze heraus (siehe He, Zsm.fssg., S. 5), bei He nicht genannt:
 - Große Sorgfalt auf Abfassen genauer Übersetzungen, dt. Stil muss grammatisch einwandfrei sein, deshalb allzu wörtliche Übersetzungen vermeiden
 - Ausmerzen von Nazi-Ausdrücken (Entnazifizierung des Wortschatzes)
 - Redakteuren wird nahegelegt, sich der verfügbaren US-Zeitungen zu bedienen und aus ihnen zu lernen, was amerikanischer Stil der Nachrichtengebung ist (dessen sich DANA in Zukunft bedienen wird)
- Amerikanische N.form verbindlich gemacht, weil Auffassung, dt. Journalismus hätte in dieser Hinsicht Schwächen, z.B. dass man erst im dritten Absatz erfahre, worum es gehe – amerikanischer N.aufbau schütze davor, beim Redigieren vom Schluss her manipuliert zu werden (kann zwar Details kosten, aber nicht den Kern der Nachricht)
- Kontrolle der, z.T. journalistisch unerfahrenen DANA-Mitarbeiter, durch Vorzensur ausgeübt – Chefredakteur nahm immer wieder an Meldungen Anstoß – eingesehen

wurde, dass im Deutschen nicht alle 5 W-Fragen (inkl. Wie) im Deutschen nicht ohne stilistische Probleme in einen Satz zu packen – deshalb mehrere Lead-Sätze erlaubt – erbarmungslos bestand man darauf, keine Kommentare in Nachrichten zu packen (passierte leicht durch best. Verben u. Adjektive, NS-Ausdrücke) – außerdem wollte Jolas dt. Titelsucht u. Autoritätsgläubigkeit bekämpfen: demokrat. Umgangsformen u. Kollegialität im Newsroom

- Mit Genossenschaftsmachung von DENA u. APA zum ersten Mal in Geschichte Dtl.s u. Östr.s Nachrichtenagenturen im Besitz ihrer Kunden – davor (halb-)amtlich (staatlich), od. von Wirtschaft u. Industrie beherrscht
- Neubeginn durch Konkurrenz durch AP/ UP in der dt. US-Zone seit 46 bzw. die leichte Konkurrenz durch UP in Östr. noch gefördert
- Bei Lizenzzeitungen übten Presseoffiziere die Vorzensur aus – bald in Nachzensur umgewandelt („Scrutiny“-Verfahren): in Art Pressespiegel Mängel, Kritikpunkte zsm.gestellt – (zumindest in Bayern) nahezu sanktionslose Kontrolle, konstruktiv, kaum noch als Zensur zu bezeichnen
- US-Militärbehörden allerdings zu wiederholten Erklärungen veranlasst, z.B. zu dem Aufruf, eine anwaltschaftliche Rolle als Sprecher der Bev. einzunehmen u. die (Militär-)Reg. ggf. zu kritisieren sowie Verbesserungsvorschläge zu liefern

- Allg. Dilemma der alliierten Pressepolitik: dt. Journalisten zur Pressefreiheit befähigen, ihnen bei Umerziehung aber eine „Mission“ auferlegen u. zugleich die Berichterstattung über bestimmte, sie selbst betreffende Dinge, vorerst untersagen
- Nachrichtenauswahl u. sie leitende N.werte an Publikumsinteressen orientieren, in Leserbriefspalten Bev. selbst zu Wort kommen lassen
- Leitlinie „Wegweiser zu gutem Journalismus“ der „Information Control Division“ (ICD) für Bayern im Mai 47: basierend auf Erfahrungen mit bayr. lizenzierter Presse „Prinzipien eines demokrat. Journalismus“: Prinzipien Notwendigkeiten im heutigen Dtl., wo Subjektivität, Parteilichkeit, Entstellungssucht, Sonderinteressen sich auszudrücken suchen
 - Herausgabe einer Zeitung: definiert als „Privates Geschäft mit öffentlicher Funktion“ (nämlich Ö. mit wahren Berichten über alle wichtigen Ereignisse zu versorgen)
 - Trennung von Nachricht u. Meinung – nicht Meinung in Tatsachendarstellungsformen – Überschriften mit Fragezeichen unerwünscht, weil spekulatives, sensationelles Element in Zeitung bringend u. Leser beunruhigend – Aufgabe einer Zeitung: in erster Linie Ö. informieren, nicht Fragen stellen
 - Unbeeinflusste Präsentation von Nachrichten (nicht tendenziös!) – journ. Kontroverse wird nicht durch unsachliche Bemerkungen, sondern klare, logische, objektive Berichterstattung von Tatsachen gewonnen
 - Genauigkeit
 - Fairness: auch die andere Seite darstellen (selbst wenn man meint, die andere Seite lüge), nicht im voraus verurteilen – dennoch kräftige u. deutliche Meinung in Kommentaren u. Leitartikeln
 - Weitschweifigkeit abbauen, doppelsinnige u. zweideutige Ausdrücke sind bei sorgsamer Formulierung zu vermeiden
 - Ton frei von Sarkasmus, Nörgelei, Liebesdienerei, versteckten Drohungen u. Klagen
 - Briefe an die Redaktion können neue Sichtweisen eröffnen u. die Leserbriefspalte kann zu einer interessantesten der Zeitung werden
 - Quellenangaben: sollen Urheber des gedruckten Materials bekannt u. Material dadurch glaubwürdig machen – Material von N.agenturen dürfen gekürzt, aber nicht umgestellt werden, die ersten Absätze dürfen nicht umgeschrieben werden

- Mangelndes Urteilsvermögen zeigt sich in Überbetonung von zwar sensationellen, sonst aber unbedeutenden Nachrichten
 - Leitlinie endete mit: „Die schwerste Lektion, die ein Journalist lernen muss, ist die Entwicklung eines unpersönlichen Standpunktes – die Veröffentlichung von Tatsachen, ungefärbt durch seine Gefühle und Freundschaften.“
- Resümee: sicherlich sehr starker Einfluss der US-Prinzipien auf dt. u. östr. Nachkriegsjournalismus
 - Im Laufe der Zeit lebten aber durchaus dt. Traditionen wieder auf: „missionarische“ Tendenzen – zu wenig bedacht seinerzeit, dass Trennung von Nachricht u. Kommentar u. Objektivitätsnorm im angelsächsischen Journalismus von arbeitsteiligen Redaktionsorganisationen gestützt: reporter (N.beschaffung), editor (redigieren, bearbeiten), writer (Kommentierung) – dt. Redaktionsorganisation mit autonomen Ressorts und Vereinigung der genannten Funktionen in einer Person blieb unangetastet
 - Die Prinzipien des US-Journalismus dürften bei N.agenturen auf fruchtbareren Boden gefallen sein, als bei den einzelnen Medien selbst, weil genossenschaftliche Org.form der Agenturen in ihrer Eigenlogik auf Unparteilichkeit u. Objektivität abzielte