

*Hansjürgen Koschwitz*

## Zum Problem der Objektivität in der Informationspolitik der Massenmedien

Die Diskussion um den Objektivitätsbegriff im Journalismus und in der Publizistik ist verhältnismäßig jüngeren Datums. In Deutschland setzte sie verständlicherweise erst nach dem Ende des Dritten Reichs ein. Auch die moderne Massenkommunikationsforschung hat diesen Begriff im Rahmen der inhaltsanalytischen Studien (content analysis) als Forschungskategorie aufgenommen und für ihre Methode als verbindlich erklärt<sup>1</sup>. Er ist demzufolge sowohl in der publizistischen Forschung und Lehre als auch in der journalistischen Praxis zu wachsender Aktualität gelangt und ganz zweifellos zu einem Kernproblem der öffentlichen wie fachlich akademischen Debatten und Auseinandersetzungen über die Frage der Funktionen, Möglichkeiten und Wirkungen der Massenkommunikationsmittel geworden. Allgemein muß ihm mehr als nur die Rolle eines beliebigen publizistischen Begriffs unter anderen zugewiesen werden; fraglos fällt ihm der Wert eines Zentralbegriffs der Publizistik zu, dem die anderen publizistikwissenschaftlichen Begriffe, wie beispielsweise Universalität oder Aktualität, eher unter- denn gleichrangig zugeordnet sind. Mehr noch, als es bei den anderen Grundbegriffen der Publizistik der Fall ist, spiegelt sich in der Frage der Objektivität ihr jeweiliges ideologisches Selbstverständnis.

### Die zeitbedingte Bedeutung des Objektivitätsbegriffs

Die Tatsache, daß die Frage der Objektivität erst in unserer Gegenwart als grundlegende Kategorie in der Informationspolitik der Massenmedien zu einem weithin diskutierten Problem geworden ist und nicht in zeitlicher Parallelität zu dem Aufkommen und der Ausweitung der Massenpublizistik im 19. Jahrhundert allgemeine Bedeutung gewonnen hat, bedarf einer kurzen rückschauenden Klärung.

In dem im Jahr 1834 erschienenen „Neuen Rheinischen Conversations-Lexicon“ lesen wir den für heutiges Verständnis recht überraschenden Satz, daß sich im Prozeß der Bildung einer öffentlichen Meinung die widerstreitenden Ideen auf die Dauer ins Gleichgewicht setzen, sich gegenseitig austauschend, beschränkend, berichtend, „bis

<sup>1</sup> Vor allem durch B. Berelson, *Content Analysis in Communication Research* (Glencoe, Ill. 1952).

endlich das Wahre, Rechte und Vorteilhafte anerkannt und mehr oder weniger allgemein angenommen wird“. Eine ebenso zeittypische, zeithistorisch kennzeichnende Auffassung spricht aus der Begründung der Presse als Organ der öffentlichen Meinung: „weil durch diese allein der schnellste Gedankenverkehr im Großen vermittelt wird“.<sup>2</sup>

Die Funktion des Gedankenaustauschs, Gedankenverkehrs (wir würden jetzt das Wort Kommunikation wählen) hat die Publizistik auch in unserer Zeit nach wie vor inne. Daneben übt sie nun noch weitere Aufgaben aus, so die der ereignis- und sachbezogenen Information, der Kritik, der politischen Bildung oder der sozialen Integration; eine Priorität läßt sich dabei im Hinblick auf die Bedeutsamkeit nicht in einfacher Weise festlegen. Dennoch muß die Informationsfunktion heutzutage bei der Tagespresse an erster Stelle genannt werden: nicht allein wegen der Wichtigkeit der Nachrichtengebung überhaupt, sondern vor allen Dingen aufgrund der tatsächlichen oder nur potentiellen Wirkungsmöglichkeiten. Die Inflation des Informationsvolumens hat nämlich nicht allein einen quantitativen Aspekt, sondern gleichermaßen einen qualitativen. Unsere Epoche, die in zunehmendem Maß den Einflüssen und Orientierungen der Masseninformativsmittel und der Massenkommunikationsmittel ausgesetzt ist, erweist sich proportional zu dem Wachsen dieses Einflusses mehr und mehr als eine Zeit der Nachrichtenunsicherheit. Die emotionale Beteiligung, der Teilnahmeeffekt bei dem Nachrichtenadressaten sind mit sich thematisch differenzierendem Nachrichtenangebot und mit Potenzierung der Informationsquellen vielfach passiver Rezeption gewichen sowie Zuverlässigkeit und Glaubwürdigkeit der einzelnen Information in zunehmendem Maß in Zweifel gezogen worden<sup>3</sup>, wozu ihr planmäßiger und raffinierter Mißbrauch durch totalitäre Systeme nicht wenige Anstöße gegeben hat.

Gefördert worden ist diese Verunsicherung außerdem durch Wandlungen im Verhalten des Medienpublikums, vor allem der Presseleser, die mit dem Zurücktretenden auf eine bestimmte politische Orientierung strikt ausgerichteten Parteipresse eine wachsende Distanzierung zwischen sich und den Medien erkennen ließen. Der offenkundige Hang gerade eines immer größer werdenden Teils der regionalen wie überregionalen Tagespresse zu parteipolitischer Anonymität, die Uniformierung des politischen Ressorts besonders in regionalen Zeitungen tragen gewiß zu einer Lockerung der früheren emotionalen Bindung des mehr als nur Information und Unterrichtung suchenden Lesers bei. Der allgemeine Trend zur Massenpresse mag bewirkt haben, daß sich vor allem die politisch engagierten Leser von der Zeitungs- und Tagespresse zu entfremden begannen, denn: „... seine eigene Meinung und die seiner Genossen in Bekenntnis, Interessen, Partei, will der normale Zeitungsleser in seiner Zeitung ausgesprochen, verdeutlicht, bestätigt finden, um wiederum sich in seiner Meinung bestärken und ermutigen zu lassen.“<sup>4</sup> Eine solche Möglichkeit bot nun allenfalls die zumeist fachlich wie politisch hochqualifizierte

<sup>2</sup> Öffentliche Meinung, in: Neues Rheinisches Conversations-Lexicon oder encyclopädisches Handwörterbuch für gebildete Stände, Bd. 8 (Köln 31834) 1116, 1117.

<sup>3</sup> Siehe hierzu bes.: P. Hübner (Hrsg.), Information oder Herrschen die Souffleure? (Reinbek 1964).

<sup>4</sup> F. Tönnies, Kritik der Öffentlichen Meinung (Berlin 1922) 94.

Zeitschriften- und politische Wochenpresse, deren Leserkreis jedoch ein weniger persönlich emotionales Verhältnis zu diesen Kommunikationsmedien anstrebte, sich statt dessen weit eher durch ein eigenständig kritisches und distanziert abwägendes Urteil zu den Presseinhalten auszeichnete. Die Lockerung der Bindungen zwischen publizistischen Medien und Publikum wurde hingegen zu einem beträchtlichen Teil nicht durch eine entsprechende Zunahme der intellektuellen Selbständigkeit des einzelnen Nachrichtenadressaten aufgewogen. Die wachsende „Vereinzelung“ des Subjekts ging allgemein nicht mit einer adäquat wachsenden Befähigung zum Erfassen und Verstehen der Nachrichtenobjekte, der Informationsaussagen, einher.

Blenden wir noch einmal zurück zu dem einleitend zitierten „Conversations-Lexicon“, zu dem für unsere heutigen Auffassungen als problematisch gekennzeichneten Satz, daß das „Wahre, Rechte und Vorteilhafte“ aus den sich befehrenden Meinungen der öffentlichen Diskussion als endgültiges Resultat mit Gewißheit hervorgehen werde. Einen ähnlich naiven Glauben an die selbsttätig zur Vervollkommnung fortschreitenden Argumentationen und Denkweisen kennt unser Jahrhundert kaum noch. Die ursprüngliche Vorstellung von dem Wahren, Rechten und Vorteilhaften als dem sich letztlich durchsetzenden Grundmotiv der „öffentlichen Meinung“ wurde mehr und mehr verdrängt durch das Mißtrauen gegenüber der bewußten, wenn auch unmerklichen Irreführung von Teil- oder Gesamtöffentlichkeiten durch kollektiv gezielte Massenkommunikation, in der ein Mittel zu geistiger Manipulation erblickt wurde, in der die Nachricht selbst aber oft genug nicht mehr als eine publizistische Attrappe war. Die Umdeutung der Nachrichtenfunktion – der Nachricht als Vehikel des gesellschaftlichen „Gedankenverkehrs“ zu der Nachricht als Faktor und Medium massenpsychologischer Meinungslenkung – läuft zeitlich und tendentiell parallel zu dem Aufstieg des Journalismus seit der Aufklärung, seitdem er von einem in seiner gesamtgesellschaftlichen Resonanz und Wirkung begrenzten Bindeglied zwischen privaten oder auch schon politischen Gruppenöffentlichkeiten zu einem die gesamte gesellschaftliche Öffentlichkeit durchdringenden politischen Führungsmittel avancierte. Waren noch im 18. Jahrhundert staatliche Macht, auctoritas wie potestas, Kirchen und das Gesetz die wesentlichen gemeinschaftsstiftenden wie stabilisierenden Faktoren gewesen, so tritt in der Gegenwart auch der Journalismus als eine Öffentlichkeiten wie Gemeinschaften verbindende und prägende Kraft auf. Oder aber als ein Mittel zur Verunsicherung etablierter Systeme; hier wird die Nachricht zur politischen Waffe umgeschmiedet.

Die Funktion der Nachricht gewinnt noch unter einem weiteren Aspekt an Gewicht. Mit Nachdruck hat der Journalismus darauf hingewiesen, daß aktualitäts- und realitätsbezogene Nachrichtengebung für den heutigen Menschen elementarere Bedürfnisse zu erfüllen vermag, als dies jetzt gesellschaftsphilosophische, weltanschauliche oder religiöse Lehren und Dogmen tun könnten: „Geist“ und Nachrichten stammen tatsächlich aus zwei verschiedenen Operationsfeldern der Wirklichkeit, und für den modernen Menschen ist das letztere Feld besonders wichtig geworden. Nachrichten stehen für Fakten, und das Faktische hat eine neue Bedeutung für die Menschen gewonnen. Jahrhunderte-

lang sind die Menschen von Ideen beeinflusst worden; heute stehen sie im Banne dessen, was geschieht.“<sup>5</sup>

Es fragt sich natürlich, ob die hier vorgezeichnete Gegenüberstellung von „Geist“ und „Nachricht“ nicht doch eine Überspitzung darstellt, wiewohl sie sehr anschaulich das Selbstbewußtsein des heutigen Journalismus anzuzeigen geeignet ist. Natürlich haben Ideen ihren prägenden Wert auch in unserer Zeit, die ja gerade durch vehemente ideologische Zerwürfnisse, durch Dogmenstreit charakterisiert ist, behalten, für einzelne wie für Gruppen oder Gemeinschaften; nur ist die medienvermittelte Nachricht – und hier dürfen wir den Begriff einsetzen, dessen Kernelement sie bildet –, die öffentliche Kommunikation über die Ereignisse und Entwicklungen des politischen Geschehens als weitere Dimension der zwischenmenschlichen Beziehungen und physischen wie psychischen Existenzsicherung neben die herkömmlichen Formen der geistigen Auseinandersetzung und Daseinsbewältigung getreten.

Funktionen nicht bloß als Vermittlerin sensationeller Neuigkeiten (Hauptinhalt noch der Zeitungen des 17. und 18. Jahrhunderts), sondern als ein Medium existentieller und für den einzelnen lebensnotwendiger Aussagen und Orientierungen auszuüben, dies konnte die Nachricht jedoch nur dann, wenn sie stets auf ihren Wahrheitsgehalt, auf ihre Authentizität geprüft wurde und wenn sie von dem Verdacht der Verfälschung frei war. Aus diesem Bedürfnis des allgemeinen Medienpublikums, das zunehmend gelernt hatte, jeder Nachrichtengebung zunächst mit Bedacht und Distanz gegenüberzutreten, erwuchs die Frage nach dem Quellenwert der einzelnen Information und der Informationspolitik der Massenmedien insgesamt, nach der Übereinstimmung von ursächlichem Ereignis und seinem vermittelten Bericht, eben nach der *Objektivität* der Nachricht. Diese Frage nach der Objektivität beinhaltet im Grunde nichts weiter als das Verhältnis von Wirklichkeit und ihrer Widerspiegelung durch die Nachricht.

### Die Suche nach Objektivität als Frage und Norm

Der publizistische Begriff der Objektivität einer Information, verstanden als *Objektgemäßheit*, fragt zunächst nach dem Identitätsgrad von Ereignis und seiner Wiedergabe durch den Bericht. Alle unsere Erkenntnisse besagen, daß Informationen keine Abbilder des realen Geschehens sein können, sondern, als Folge des vermittelnden (mündlichen, gedruckten, optischen, akustischen) Mediums, lediglich Hinweise, aus denen wir „unsere eigenen Modelle oder Eindrücke der Wirklichkeit“ formen<sup>6</sup>. Ein Grund für die mangelnde Objektgemäßheit oder Objektbezogenheit unserer individuellen Sicht ist also die Mannigfaltigkeit der Rezeptionsweisen einer Nachricht. Gerade die spezifische Beeinflussungssituation bei der Aufnahme einer Nachricht ist von modernen Kommuni-

<sup>5</sup> K. Pawek, Die Nachricht als Waffe, in: Publik v. 27. März 1970.

<sup>6</sup> Vgl. J. Binkowski, Mensch und Information in der Technischen Welt, in: Publizistik 10 (1965) 325.

kationstheorien und in den zweistufigen Modellen des Kommunikationsflusses in Rechnung gestellt worden. Diese Beeinflussungssituation wird zudem nicht allein von Erfahrung oder intellektueller Vorprägung bestimmt, sondern gleichermaßen von den psychologischen Informationsbedürfnissen. Die Informationsbedürfnisse gehen nun aber über das Streben nach rein instinktivem Zurechtfinden, nach Orientierung hinaus; sie sind ebenso motiviert durch den Wunsch nach Befriedigung des Selbstgefühls (der einzelne sucht persönliche Anerkennung durch Umwelt und Obrigkeit mittels Gewährung von Informationen, er setzt sie als Teilhabe am sozialen Geschehen voraus), ferner durch das Streben nach Kontakt und Gesellung oder zumindest Aufhebung der individuellen Isolierung und auch durch das Streben nach persönlicher Überlegenheit und Geltung (durch Verfügung über mehr Informationen erhält der einzelne eine Vorrangstellung oder gewinnt erhöhtes Prestige). So unterschiedlich diese Aspekte auch sein mögen, so tragen sie andererseits doch sämtlich dazu bei, daß ein Nachrichteninhalt nicht mehr „objektgemäß“ aufgenommen wird, statt dessen spezifisch subjektive Momente in das Verständnis der jeweiligen Nachricht einfließen, die bewußter wie unbewußter Natur sein können.

Für die Nachrichtenpraxis der Massenmedien von erheblichem Belang ist die Erfahrung, daß der Nachrichtenempfänger aus seinem individuellen Interesse heraus den faktischen Kern einer Meldung, eines Berichts zugunsten sekundärer Ereignismerkmale vernachlässigt; nicht mehr der Inhalt einer Information ist ausschlaggebend, sondern die in der Information selbst angelegte Möglichkeit zur Aussonderung bestimmter Details und ihrer Einordnung in neue Interpretationsketten: „Wesentlich dafür, ob eine Nachricht das Interesse der Leser erregt, ist also nicht immer ihre allgemeine oder besondere Bedeutung für den Leser, als vielmehr der Umstand, daß sie einen ungewöhnlichen, von der Norm abweichenden, die Neugierde erregenden Kausalzusammenhang aufzeigt, der allein für sich den eigentlichen Wert der Nachricht ausmacht, während der Rest, das geschilderte Geschehen selber, weniger wichtig ist.“<sup>7</sup> So wird aus der Sicht des erfahrenen Praktikers geurteilt. Für die wissenschaftliche Analyse hieße dies die Fragestellung nach den echten oder unechten, nach den primären oder sekundären Informationsbedürfnissen des Rezipienten (Lesers, Hörers, Zuschauers). In dieser Ungeklärtheit liegt im übrigen eine der Wurzeln publizistischer Manipulation, nicht nur der gezielten Manipulationsimpulse, sondern auch der unbewußten, vom Nachrichtenempfänger ausgehenden Selbstmanipulation, von dem die „publizistischen Produkte“ oft nicht danach beurteilt werden, „was sie sein sollen, sondern danach, für was sie gehalten werden“<sup>8</sup>.

Damit ist zugleich das Problem der Übereinstimmung von Informationsabsicht und Informationswirkung angeschnitten. Die Frage nach der Objektivität als Objektgemäßheit erfaßt daher nicht allein die Fähigkeit der Rezipienten zum Verständnis der Infor-

<sup>7</sup> M. Steffens, Das Geschäft mit der Nachricht. Agenturen – Redaktionen – Journalisten (Hamburg 1969) 61.

<sup>8</sup> Vgl. H. Pross, Publizistik (Neuwied, Berlin 1970) 139.

mationsaussagen; sie zielt darüber hinaus auf die generelle Unsicherheit, inwieweit ursächliches Geschehen und die dieses medial vermittelnde Nachricht überhaupt wirkungsgleich sein können. Die Linguistik scheint hier zum Teil identische Prozesse anzunehmen, da sie ihre Beobachtungen auf Bedeutungs- und Wirkungsgleichheit von Wort und Wirklichkeit gründet<sup>9</sup>. Die Psychologie der Publizistik, bzw. der Massenkommunikation geht bei der Beantwortung dieser Frage von dem Verhalten der Nachrichtenempfänger aus, die ganz offenkundig in ihren Reaktionsweisen erheblich divergieren und durch die verschiedensten psychologischen Umstände und unmittelbaren oder mittelbaren Eindrücke die Wiedergabe eines Berichts anders erleben, als der Berichtende das der Nachricht zugrundeliegende Geschehnis aufgenommen und erlebt hat. Das aber kommt einer Verfremdung des ursprünglichen Objekts in der Perspektive des Rezipienten gleich. Hier wird, aus welchen Gründen auch immer, die Objektgemäßheit verfälscht. Anlaß zu einer solchen Entwicklung kann bereits die für die einzelne Informationsaussage jeweils spezifische Sprachgebung sein.

Der Objektbezug wird außerdem gestört durch das „Mittelbarwerden der Erfahrung selbst“<sup>10</sup>: Eindrücke, Meinungen oder Überzeugungen bilden sich seltener durch direkte persönliche Anschauung oder unmittelbare Erfahrung des betroffenen Gegenstands als durch indirekt vermittelte Kenntnis der Dinge aus den Massenmedien oder aus dem Mund menschlicher Zwischenträger, die in ihren Äußerungen wiederum den Einfluß der öffentlichen Informationsmedien reflektieren. Die personale Form der Kommunikation ist unter den industriegesellschaftlichen Bedingungen in wachsendem Maß durch die anonym-kollektive Kommunikationsform ergänzt und auch verdrängt worden. Dieser Prozeß hat die Herausbildung und Verfestigung von sozialen und nationalen Vorurteilen und Stereotypen gefördert, die ihrerseits quantitativ und qualitativ einer Filterung der Informationen Vorschub zu leisten imstande sind und Prädispositionen prägen helfen.

Sprechen wir von Objektivität der Nachricht, der Berichterstattung, so wird dieser Begriff vorzugsweise auf den Informierenden oder Berichtenden, bzw. das informierende Kollektiv, das publizistische Medium, bezogen. Er drückt im allgemein üblichen Sprachgebrauch den qualitativen Aspekt in der Nachrichtengebung aus und charakterisiert vor allem die persönliche Gestaltungsweise des Informators oder Kommunikators. *Der Objektivitätsbegriff ist demnach gekennzeichnet durch die evidente Verlagerung der Bewertungsmerkmale auf die Subjekt-Seite.* Wenn wir aber Objektivität der Nachrichtengebung bzw. Informationspolitik in umfassender Weise als Ausdruck der Objektangemessenheit oder Objektgemäßheit verstehen, ist darüber hinaus neben dem Träger und Inspirator einer Aussage auch der betreffende Adressat sowie seine Reaktion und Haltung in die Analyse miteinzubeziehen. Das schließt nicht aus, daß im Begriff Objektivität das den Informanten oder Meinungsbildner wertende Merkmal gemeinhin über-

<sup>9</sup> Vgl. F. Kainz, Psychologie der Sprache, Bd. 1 (Stuttgart 1941) 155 (Kap. Sprache und Denk-ökonomie).

<sup>10</sup> Vgl. A. Gehlen, Die Seele im technischen Zeitalter (Hamburg 1959) 49.

wiegt. Unstreitig kommt ihm die Hauptrolle im Prozeß der Massenkommunikation und Masseninformation zu, da er selbst in der Hauptsache über die Reflexion des von ihm vermittelten Objekts (Ereignis, Geschehniskette, Anschauungen, Auseinandersetzungen) in der Auffassung des „Informierten“, wörtlich: des ins Bild gesetzten Individuums, mit zu entscheiden hat oder auf diesen Vorgang bestimmenden Einfluß nehmen kann. Es wird allerdings tunlich sein, in Zukunft auch auf andere, im publizistischen Prozeß erkennbare oder nur potentielle Einflußnahmen zu achten, um Deformierungen des Objektgemäßen erfassen zu können.

In dem für diese Fragen kompetenten „Wörterbuch zur Publizistik“<sup>11</sup> werden wir belehrt, daß öffentliche Kommunikation stets von Gefühlen und Haltungen des Informanten beeinflusst werde und daher Objektivität im Bereich der Publizistik ausgeschlossen sei. Gleichfalls haben Repräsentanten der publizistischen Praxis den Begriff einer absoluten Objektivität in Zweifel gezogen: „Fakten oder auch Informationen über Fakten sind abhängig von Vor-Urteilen im Sinne von vorgegebenen Lebensumständen, beispielsweise von Erfahrungen, von Herkunft oder politischer Einstellung. In einer Nachricht steckt bereits die Meinung anderer, und sie erzeugt bei mir wiederum eine andere Meinung als bei anderen. Informationen haben eben in gewisser Weise den gleichen Denkmittelzusammenhang, sie stehen in einem bestimmten Kontext. Und natürlich ist jede Auswahl eine Praktizierung von Meinung.“<sup>12</sup> Vollends in Frage gestellt wurde der Begriff als Norm journalistischen Recherchierens und Darstellens zu Beginn des Jahres 1970 in der Debatte um Äußerungen des Bundespressechefs Ahlers, als freimütig zugegeben worden ist, daß subjektive und willkürliche Beeinflussungen der Nachrichtengebung stärker sind als gemeinhin angenommen: „Die ‚Manipulation‘ hat schon begonnen, ehe ein einziger Redakteur zum Redigierstift greift. Sie ist immer dagewesen. Sie ist überhaupt nicht zu vermeiden. Selbst die bestgemachte Zeitung kann nichts anderes bieten als eine Summe subjektiver Entscheidungen.“<sup>13</sup>

Daß der informierende und publizierende einzelne, der Kommunikator als initiierender Faktor des publizistischen Prozesses, stets in bestimmte individuelle, soziale, kulturelle, ideologische und geschichtliche Verhältnisse eingeordnet ist und damit selbst einer analogen umweltbedingten Beeinflussungssituation unterliegt wie der Informationsempfänger, ist von den verschiedenen kommunikationstheoretischen Modellen mehr und mehr berücksichtigt worden. Während das traditionelle einstufige Modell, vor allem angewandt auf kommerzielle wie politische Werbung, noch eine direkte Verbindung Kommunikator – Aussage – Rezipient sah und annahm, daß eine Aussage Resonanz finden würde, sobald bedeutsame Motive im Rezipienten angesprochen werden, ging das Zwei-Stufen-Modell des Kommunikationsflusses bereits von der filternden Wirkung der Bezugsgruppenzugehörigkeit bei der Aufnahme von Informationen durch den Rezi-

<sup>11</sup> dtv-Wörterbuch zur Publizistik, hrsg. v. K. Koszyk u. K. H. Pruys (München 1969) Stichwort Objektivität, S. 263.

<sup>12</sup> M. Gräfin Dönhoff, Der Streit um die Presse, in: Die Zeit v. 13. Februar 1970, S. 1.

<sup>13</sup> C. Jacobi, in: Die Welt am Sonntag v. 8. Februar 1970.

pienten aus und führte außerdem die Zwischenstation des „opinion leader“ ein. Das heutige reziprokale Modell der Kommunikation erkennt nun ebenso die Gruppenzugehörigkeit des Kommunikators an, dessen Informationskriterien nicht allein von bedeutsamen Motiven in der Nachrichtenauswahl und -aufbereitung bestimmt sind, sondern darüber hinaus auch durch Einbeziehung möglicher Reaktionsweisen im Nachrichtenempfänger. So sind es neben den unvermeidlichen technisch bedingten Sachverfremdungen bei der Aussageübermittlung hauptsächlich die Werte und Normen der am gesamten Kommunikationsprozeß beteiligten Individuen, nicht allein der aktiv kommunizierenden, sondern auch der rezipierenden, die eine Verfremdung des ursprünglichen Objekts in seiner publizistischen Reproduktion zur Folge haben. Trotz der Mehrstufigkeit der Nachrichtenrezeption und -produktion bleibt jedoch vor allem festzuhalten, daß der Kommunikationsprozeß zunächst vom Aussagenden am stärksten beeinflusst wird. „Es gibt keine ‚objektive‘ Information in dem Sinne, daß sie von der *geistigen Individualität* ihrer Produzenten frei wäre.“<sup>14</sup>

Objektivität in der Informationspolitik zu erreichen gilt trotz aller Einschränkungen und Vorbehalte als höchster normativer Grundsatz jeder Berichterstattung. So gesehen kann Objektivität primär als Verzicht auf gezielte Manipulationsakte verstanden werden, ferner als das Bemühen um Ausschluß bewußt subjektiver Selektion, Darstellung und Auslegung, des weiteren als Einbettung der Einzelinformation in der Berichterstattung in den jeweils sinngemäß zugeordneten aktuellen wie politisch-gesellschaftlichen Zusammenhang. Nach gängigem Verständnis einer objektiven Information ist mit dem Ausschalten bewußter Subjektivität aus allen Stufen der Nachrichtengebung vor allem das Freihalten vom Affektiven beabsichtigt; dies ist eine der wichtigsten journalistischen Regeln, die unabhängig vom Nachrichteninhalt Gültigkeit besitzt, und die auch mit dem Gebot der Toleranz und der Fairness gegenüber dem Nachrichtenempfänger gleichzusetzen ist.

Vorwiegend wird der Begriff Objektivität in der Publizistik mit der Einzelnachricht, mit den qualitativen Aspekten ihrer Wiedergabe, assoziiert. Aufgrund der Vielschichtigkeit der Beeinflussungssituation des Informanten ist diese Eingrenzung jedoch recht prekär. Vollständige oder annähernde Objektivität der Informationspolitik ist weniger von der Einzelnachricht als von der Tendenz und Norm der Gesamtberichterstattung her zu begreifen. Die Vielfalt der Teilinformationen, die in einem Massenmedium gesendet werden, gleicht Verfälschungen oder dem Objekt der Information, dem Ereignis, nicht sachadäquate Verzerrungen tendentiell aus. Ebenso gewährleistet die Pluralität der Medien, ihre voneinander unabhängige Organisation, den Ausgleich medienspezifischer wie auch politisch-ideologischer Individualitäten.

Bei der Diskussion um die Frage der Objektivität in der Nachrichtengebung fällt auf, daß die Befürworter einer objektiven Berichterstattung sich zum großen Teil mit allgemeinen Postulaten begnügen. Zum einen wird das Problem der Qualifikation des ein-

<sup>14</sup> Pross, a. a. O. 121.

zelen Journalisten zu wenig berücksichtigt. Die latent vorhandenen oder öffentlich ausgesprochenen Zweifel an der Objektivität der Nachricht – und damit weiterführend zu den Vermutungen genereller Manipulation – sind in einem beträchtlichen Maß Ausdruck des Mißtrauens nicht nur gegenüber dem Willen der Journalisten, sondern stärker noch gegenüber ihrem Vermögen zu sachgerechter Aufnahme und Wiedergabe von Ereignissen. Maximilian Harden hielt in seiner Zeitschrift „Die Zukunft“ seinen Gegnern entgegen, daß „Publizistik anständigen Stils doch nur dem möglich ist, der ins innerste Getriebe des Staates, der Wirtschaft, Verwaltung, Gesellschaft hineinzuschauen vermag“<sup>15</sup>. Genau das aber ist Voraussetzung und Anfang jeder objektiven Berichterstattung, d. h. jeder Berichterstattung, die sämtliche relevanten Aspekte eines Problems sachgerecht und sachbezogen erfassen und darstellen will und willkürliche Selektionen zu vermeiden sucht. Hier könnte die Distanz zwischen Kommunikator und Rezipient fühlbar verringert werden.

Zum anderen: es fehlt von seiten der publizistischen Lehre und Praxis zwar nicht an gutgemeinten Ratschlägen, wie den subjektiven und affektiven Einseitigkeiten in der Informationspolitik zu begegnen sei. Dagegen mangelt es an genaueren Kriterien der Nachrichtengebung selbst. Unter welchen Gesichtspunkten sind Nachrichten auszuwählen, da eine Auswahl ohnehin getroffen werden muß, und welche primär informationspolitischen Ziele werden mit ihnen zu erreichen versucht? Genügt allein die bloße Feststellung, daß durch das Angebot möglichst vielfältiger Aspekte der Denkprozeß aktiviert und durch gewissenhafte Überprüfung eine persönlich differenzierte Meinungsbildung gefördert werden soll?

### Ein Versuch zur Klärung

Einer der augenscheinlich spärlichen Versuche zur Weiterführung der Diskussion um die Möglichkeit einer objektiven Nachrichtengebung stammt von François-Xavier Hutin, der unlängst in der französischen Zeitschrift „Etudes“ unter dem Titel: „Pour une information objective“ einen kritischen Beitrag zu der hier angeschnittenen Frage veröffentlicht hat<sup>16</sup>. Vor allem aus dem Grund ist dieser Beitrag besonderer Erwähnung wert, weil nicht zuletzt hier – entgegen der sonstigen Gepflogenheit – das ideologische Moment jeder Nachrichtengebung eingehender berücksichtigt wird, das bislang meist nur in recht allgemeinen Wendungen erörtert worden war.

Hutin geht zunächst von der Prämisse aus, daß Fakten aus sich heraus noch keine Nachrichtenobjekte darstellen, sondern erst durch ihre gesellschaftliche Bedeutung zu solchen Objekten werden; er spricht Fakten demnach nur dann Informationswert zu, sofern in ihnen für den einzelnen Menschen ein sozial existentieller Bezug erkennbar wird. Die

<sup>15</sup> Die Zukunft, 8. Dezember 1906, S. 373.

<sup>16</sup> Etudes 329 (1968) 194 ff.

Frage nach der Objektivität einer Information stellt sich für Hutin in dem Sinn, daß er sie nicht einseitig an der Perspektive des Informanten, des Nachrichtenvermittlers ausrichtet. Objektivität der Berichterstattung erfordere, in der Information nicht allein die spezielle subjektive gesellschaftliche, politische oder ideologische Sicht des Informierenden zum Ausdruck kommen zu lassen, sondern ebenso die *potentiellen* Reaktionen des übrigen Rezipientenkreises. Objektivität bedeute demnach für den Informierenden vorrangig die Anerkennung eines möglichen Meinungspluralismus bei den Nachrichtempempfängern, das Sichfreihalten von dem Zwang oder der Gewohnheit zu einer lediglich für ihn selbst spezifischen Sichtweise. Objektivität heißt demgemäß nicht nur die Ausschaltung der eigenen, vom sozialen Individuum nie völlig ablösbaren Subjektivität aus der Nachrichtengebung, so wie der Begriff bislang im wesentlichen verstanden worden ist; sie ist vielmehr gleichzusetzen mit der Aufnahme der potentiellen Subjektivität der Empfänger in die Nachrichtenformulierung und -gestaltung<sup>17</sup>.

Wenn die unterschiedlichen Bedeutungen und Interpretationen der Tatsachen zum Bestandteil des Geschehens selbst werden und daher in die Struktur der Berichterstattung eingehen, so ist – nach Hutin – damit verbunden, daß diese Berichterstattung nicht allein in Beziehung zum Aktuellen steht, sondern auch Aspekte der künftigen, sich aus dem ursächlichen Informationsanlaß herleitenden Entwicklungen in sich enthält. Es sei verfehlt, in der Information ausschließlich aktuelle politisch-gesellschaftliche oder ideologische Perspektiven zu registrieren und dem Leser zu verdeutlichen. Sich gerade aus zunächst unbedeutend erscheinenden Details, etwa aus Minderheitenauffassungen, ergebende, später bedeutungsvoll werdende Entwicklungen gehören nun einmal zum Kern einer Informationsanalyse. Kritik wird also daran geübt, daß gewöhnlich nur das Auffallende, das allzu Sensationelle in die Nachrichtengebung einfließt. Damit wird an die Informationspolitik die Erwartung gestellt, über das Protokoll des Informationsanlasses und der potentiellen subjektiven Interpretationen dieser Information hinaus die möglichen Widersprüchlichkeiten zwischen Aussage und Realität und vor allem die in der besonderen Konstellation eines Vorgangs, eines Ereignisablaufes verborgenen Spannungen vorwegzunehmen: „il ne peut y avoir information sans *confrontation*.“<sup>18</sup>

Mit dieser Forderung ist logischerweise der Verzicht auf eine gezielte Beeinflussung der Informationsempfänger verbunden, da nicht Reaktionen oder Meinungen durch die Information vorgeprägt, sondern Denkprozesse stimuliert werden sollen; dieses Prinzip der Nachrichtengebung hält Hutin im weiteren Sinn für einen geeigneten Weg, um durch Objektivität – so wie er diesen Begriff nun deutet – zur Toleranz beizutragen. Objektivität erfaßt hier sämtliche real sichtbaren wie möglichen Seins- und Interpretationsweisen.

Ist die erstgenannte Anregung Hutins (Einbeziehung potentieller Reaktionen und Auffassungsmöglichkeiten im Kreis der Nachrichtenadressaten) als durchaus praktikabel

<sup>17</sup> Ebd. 196.

<sup>18</sup> Ebd. 196.

anzusehen, wird sie nämlich in einem kleinen Teil der Elitepresse bereits verwirklicht, so läßt die letztgenannte Anregung vorderhand einige Fragen offen. Kernproblem dieses Objektivitätsbegriffs ist die Sonderung von Nachricht und Meinung. Man kann sehr wohl Geschehnisse aus unterschiedlicher oder gegensätzlicher Perspektive vermitteln; dies dürfte als eine erlernbare Technik aufzufassen sein. Weniger unter den Begriff Information als unter den der Meinungsäußerung fällt jedoch die Suche nach den Kriterien potentieller „Konfrontation“. Immerhin ist der Beitrag Hutins geeignet, auf Wege zu sinnen, um dem einzelnen in dem wachsenden Nachrichtenangebot effektive Orientierungshilfen zu geben und damit seiner Manipulierbarkeit entgegenzuwirken; denn gerade die Manipulation wird erst ermöglicht durch die Unsicherheit des Medienpublikums als Folge unvollständiger, d. h. eben „inobjektiver“ Information.

Objektive Berichterstattung legt nach diesem Verständnis den Akzent stärker auf den Vorgang sowie den Modus der Nachrichtenvermittlung, die nun weitaus differenzierter und komplexer gesehen werden, als es in den sonst üblichen, recht harmlosen Formeln der Fall ist, die demgegenüber oftmals Postulate aussprechen, deren Widersprüchlichkeit im gleichen Atemzug offen zugestanden werden muß und die nicht selten von einer fiktiven Identität von Geschehen und seiner publizistischen Wiedergabe ausgehen, die außerdem vortäuschen, als ließe sich durch Informationsvielfalt und -volumen allein automatisch ein Denkprozeß in Gang setzen, der über die Befriedigung des ursprünglichsten Informationsbedürfnisses, der Neugierde, hinausgehen würde. Zur Herstellung optimaler psychologischer Bedingungen der Nachrichtenrezeption bedarf es aber vorderhand weniger der quantitativen Ausweitung und Aufblähung des Informationsvolumens als neuer Möglichkeiten der Nachrichtengestaltung und -gebung.

Ohne Zweifel ist der Begriff Objektivität außerordentlich „ideologieintensiv“. Der Unterschätzung dieser Tatsache ist Hutin mit Recht energischer entgegengetreten, als man dies in der sonstigen Objektivitätsdiskussion der bürgerlichen Publizistik verzeichnen kann. Seine Vorschläge zielen zumindest darauf ab, endlich über die üblichen, im Ton des Bedauerns oder der Selbstverständlichkeit geäußerten Eingeständnisse, daß die Objektivität der Informationspolitik eben ein relativer, nicht exakt eingrenzbarer Begriff sei, hinauszugelangen, den ideologischen Hintergrund *jeder* Nachricht, zumindest jeder politischen Nachricht, aufzudecken sowie praktische Kriterien für eine brauchbare Methode der Vermittlung unterschiedlicher Erkenntnismöglichkeiten einer Nachricht zu entwickeln.

Daß der publizistische und journalistische Objektivitätsbegriff der weiteren Reflexion bedarf, ergibt sich nicht nur aus der generellen Unsicherheit angesichts des wachsenden Nachrichtenangebots, sondern auch aus der unvermeidlichen Konfrontation mit dem sozialistischen Konzept objektiver Nachrichtengebung und -politik.

## Der Begriff Objektivität in der sozialistischen Ideologie

Objektivität, so wie dieser Terminus nach „bürgerlicher“ Vorstellung verstanden wird: als eine der „reinen“ Wahrheitsfindung, der wert- und ideologiefreien Darstellung dienende publizistische Vermittlungsmethode, steht dem marxistischen Begriff gegenüber, der eine Eigenschaft der *wissenschaftlichen* Erkenntnis, eine Erkenntnismethode, bezeichnet: „Die Objektivität der wissenschaftlichen Erkenntnis überhaupt besteht in der adäquaten Widerspiegelung objektiver Gesetzmäßigkeiten der Wirklichkeit.“<sup>19</sup> Objektivität im bürgerlichen Sinn wird als „Objektivismus“ (objektiv als „objektivistisch“) denunziert und gilt als „spezifischer Wesenszug der bürgerlichen Ideologie und methodisches Prinzip, wodurch der parteiliche Charakter der bürgerlichen Gesellschaftswissenschaften (d. h. auch der Publizistik – H. K.) verdeckt wird.“<sup>20</sup> Als Aufgabe der marxistisch-sozialistischen Publizistik wird die Etablierung eines journalistischen Systems angesehen, das ein wahres, wissenschaftlich begründetes Weltbild – eben das des Kommunismus – vermittelt und damit den *objektiv* erkennbaren geschichtlichen Tendenzen zum Durchbruch verhilft. Die marxistische Journalistik hält sich zugute, wichtige journalistische Gesetzmäßigkeiten für die Pressepraxis erforschen zu können, weil sie nicht von Idealen oder Wunschvorstellungen ausgehe, sondern davon, daß der Journalismus das objektiv (d. h. auch das außerhalb des menschlichen Bewußtseins) existierende Aktuelle widerspiegelt und operativ für den sozialistischen Staat nutzbar macht. Wird im bürgerlichen Journalismus ohne Ergebnis über das Verhältnis von Wahrheit und Massenmedien gestritten, weil hier der Wahrheitsbegriff notgedrungen subjektiv und relativ ist, so gilt in marxistischer Auslegung nur das als wahr, was mit der objektiven Realität übereinstimmt: „Das Wesen der Wahrheit besteht in ihrer Objektivität – und diese Objektivität, geleugnet von zahlreichen bürgerlichen Philosophen, wird vom dialektischen Materialismus als erkennbar nachgewiesen.“<sup>21</sup> Objektive Berichterstattung heißt demnach nur diejenige Form und Methode der Nachrichtenvermittlung (Informationspolitik), die den objektiven Interessen der Aussageempfänger und dem gesellschaftlichen Fortschritt im Sinn der kommunistischen Lehre dient. Aus diesem Grund stellt sich nach herrschender marxistischer Auffassung das Problem der Bewußtseinsmanipulation nicht in den sozialistisch organisierten Massenmedien. „Von Manipulation kann nur dann die Rede sein, wenn die Beeinflussung den objektiven Interessen der Beeinflussten und dem Erkennen dieser Interessen entgegenwirkt.“<sup>22</sup>

<sup>19</sup> Wörterbuch der Marxistisch-Leninistischen Soziologie, hrsg. v. W. Eichhorn u.a. (Köln, Opladen 1969) 310.

<sup>20</sup> Ebd.

<sup>21</sup> H. Budzislawski, Einige Aspekte für die Anwendung des dialektischen und historischen Materialismus in der Journalistik, in: Wissenschaftliche Zeitschrift der Karl-Marx-Universität Leipzig 13 (1964), Gesellschafts- und Sprachwissenschaftliche Reihe, H. 5, S. 1021.

<sup>22</sup> H.-J. Raabe, Manipulation und Bewußtseinsbildung, in: Journalismus und Gesellschaft, hrsg. von der Karl-Marx-Universität Leipzig, Fakultät für Journalistik (Leipzig 1966) 190.

Der wohl wesentlichste Unterschied zu dem Objektivitätsbegriff der westlich-bürgerlichen Journalistik liegt in der Zugrundelegung eines philosophischen Weltbilds für sämtliche Erkenntnisprozesse, während der nicht-marxistische Journalismus gerade von dem Fehlen festgefügtter weltanschaulicher Erkenntnisweisen in der Nachrichtengebung ausgeht, sich wenigstens – idealtypisch – für andere weltanschauliche Erkenntnisweisen offenhalten will oder soll. Das Subjekt, d. i. in diesem Fall der Journalist oder der Publizist oder ihre Vereinigung zu einer Gruppe bzw. Kollektiv, entscheidet über die Erkenntnisvoraussetzungen selbst – zumindest wird ihm *formal* das Recht zugestanden. Objektiv heißt für ihn nur die objektadäquate Wiedergabe eines Geschehens durch Information gemäß seinen eigenen subjektiv bedingten und begrenzten Erkenntnisfähigkeiten.

Das Verhältnis zwischen Wirklichkeit und Nachricht (Information) ist nach marxistischer Auslegung ebenfalls einer eindeutigeren Beantwortung zugänglich. Sofern der Gegenstand von Erkenntnissen die objektive Realität ist, sind diese Erkenntnisse Abbilder der Realität und den objektiven Vorgängen adäquat. Doch kann jede Erkenntnis von der Wirklichkeit nur ein relatives Bild vermitteln, da die Wirklichkeit tatsächlich viel umfassender ist, als es das Bild sein könnte. Da jeder Erkenntnisvorgang außerdem unter dem Einfluß der Vorstellungs- und Begriffswelt des erkennenden Subjekts steht, ist die Erkenntnis eines konkreten Vorgangs stets von besonderen Einstellungen und Erfahrungen geprägt. In der Information tritt damit nur noch ein relatives Abbild der Wirklichkeit hervor; beides: der „objektive“ Erkenntnisinhalt, d. h. die Wirklichkeit, ebenso wie die subjektiven Formen des Abbildes fließen gemeinsam in die Information ein<sup>23</sup>.

Objektive Informationspolitik und Nachrichtengebung in marxistischer Sicht bleiben eingebunden in die Klassenbedingtheit jeder Publizistik, eine von jedem Klassencharakter abgelöste Journalistik wird als Fiktion oder Täuschung abgelehnt. „Eine ‚objektive Berichterstattung‘, die über den Klassen steht, gibt es nicht.“<sup>24</sup>

Der Zusammenhang zwischen klassengemäßer und objektiver Nachrichtenpolitik ist in einem Thesenentwurf zusammengefaßt worden, den die Leipziger Fakultät für Journalistik im Jahr 1962 vorgelegt hat: „Nur die sozialistische Journalistik, die die grundlegende Gesetzmäßigkeit unserer Epoche, den Übergang vom Kapitalismus zum Sozialismus, erkennt und die als Organ der revolutionären Arbeiterbewegung für die Durchsetzung dieser Gesetzmäßigkeit kämpft, vermag die echten, objektiven Informationsbedürfnisse der Volksmassen zu fördern und zu befriedigen. Ihre Informationspolitik ist offen parteilich und wissenschaftlich, objektiv, wahrhaftig zugleich.“<sup>25</sup>

Natürlich kann ein derartiges Verständnis von Objektivität der Berichterstattung und Nachrichtengebung vom liberalen und bürgerlichen Journalismus nicht akzeptiert wer-

<sup>23</sup> Vgl. G. Jung, Gesellschaftliche Information und Widerspiegelung, in: Wissenschaftliche Zeitschrift der Karl-Marx-Universität Leipzig, a. a. O. 1042.

<sup>24</sup> Peking Rundschau Nr. 37 v. 17. 9. 1968.

<sup>25</sup> Neue Deutsche Presse (1962), H. 4, S. 14.

den. Abgesehen von seiner oft harten prinzipiellen Unversöhnlichkeit gegenüber der Weltanschauung des Kommunismus wird er niemals zustimmen können, daß das Subjekt, der Journalist selbst, der Freiheit der Erkenntnis beraubt und ihm eine spezielle Erkenntnisnorm als verbindlich aufgezwungen wird. Daß die sachbedingten oder politisch-organisatorischen Hemmnisse (Pressekonzentration usw.) seiner subjektiven Freiheit vielerorts enge Grenzen setzen, ändert nichts daran, daß hier die Idee der freien Erkenntnismöglichkeit als Postulat formuliert wird. In der Tat läuft die marxistische Auslegung von Objektivität der Information in der Praxis auf die Auferlegung einer Schablone hinaus, die für sämtliche Geschehniswiedergaben richtungweisend und normsetzend ist. Die Journalisten in der Publizistik des Sozialismus geraten dadurch gerade in der Nachrichtenpolitik fast zwangsläufig in einen Widerspruch zur Realität, sie entfremden sich den realen Erscheinungen, sofern diese von ihnen nicht für „objektiv“ erachtet werden. „Sie beschreiben ein Konkretum nicht auf Grund seiner Analyse, sondern auf Grund der Deduktion aus dem von ihnen normativ angenommenen Vorbild; . . . was in den menschlichen Reaktionen . . . nicht von theoretischen Schemen vorgezeichnet, also bisher nicht in die Theorie einbezogen wurde, wird übergangen; was diesen Schemen widerspricht, wird als eine zufällige Abweichung vom Ideal aufgefaßt, das keine Beachtung verdiene.“<sup>26</sup>

Solche Entartungen sollten der bürgerliche Journalismus oder die bürgerliche Publizistikwissenschaft dennoch nicht zum Vorwand nehmen, sich der kritisch ideologischen Diskussion mit der marxistisch-sozialistischen Begriffswelt zu entziehen. Über das bisher als sakrosankt geltende, in seiner Verwirklichung aber oftmals unzureichend erscheinende Vorbild objektiver Berichterstattung hinausgehend sollten die publizistische Praxis und Lehre nach differenzierteren Kriterien für die Erfassung und Darstellung der Wirklichkeit suchen, um dem anspruchsvollsten Ziel des Journalismus besser zu genügen: der Aktivierung eigenständiger Denkprozesse beim Rezipienten. Die in Zukunft zu erwartende weitere Komplizierung und Intensivierung des Informationsvolumens aller Medien, die daraus sich unvermeidlich ergebende wachsende Gefahr der Verfälschung der Informationsbedürfnisse, der Undurchschaubarkeit des Informationshintergrundes sowie der diese Undurchschaubarkeit ausnützenden psychologischen Bewusstseinslenkung sind kaum durch „Nachrichtenökonomie“<sup>27</sup> oder durch neue Formen der Medienorganisation (Redakteursstatute) allein zu bewältigen; als noch wichtiger erscheint die methodische Verfeinerung der Nachrichtengebung im künftigen Journalismus.

<sup>26</sup> L. Kolakowski, *Der Platonismus, die Empirie und die Öffentliche Meinung*, in: *Der Mensch ohne Alternative* (München 1961) 219 f.

<sup>27</sup> Vgl. Th. Eschenburg, in: *Karl Jaspers u. a., Werden wir richtig informiert?* (München 1964) 84, ferner die Stellungnahme Eschenburgs in: *Die Welt* v. 5. 2. 1970 (S. 8).