

GABRIELA RYKALOVÁ

DAS PROBLEM DER OBJEKTIVITÄT BEI DER BERICHTERSTATTUNG

Diesen Beitrag möchte ich mit einem Zitat aus dem Buch „ABC des Journalismus“ von Claudia Mast einleiten: „Ein wesentliches Kriterium für die journalistische Berichterstattung ist die Forderung nach Objektivität. Dies bedeutet, daß die Journalisten eine möglichst unparteiische Darstellung von den Ereignissen geben sollten, eigene Wertungen sind unzulässig. [...] Subjektiver Journalismus sollte auf die Meinungsdarstellungsformen beschränkt werden.“¹

Ich habe mir die Frage gestellt, ob die Forderung nach Objektivität erfüllbar ist und wodurch der Grad der Objektivität beeinflusst werden kann.

Nicht nur in journalistischen Lehr- und Handbüchern wird die Forderung nach Objektivität bei der journalistischen Berichterstattung betont. Auch die Leser möchten sich darauf verlassen, dass sie in den Nachrichten objektive Informationen finden, die von subjektiven Kommentaren sichtbar getrennt sind. Das Vorkommen oder die Absenz von subjektiven Aussagen, Meinungen, Gefühlen und Wertungen wurde zu einem von mehreren Kriterien bei der Klassifikation von journalistischen Textsorten. Die Forderung nach Objektivität betrifft die drei *beschreibenden (informationsbetonten)* Textsorten *Meldung, Nachricht* und *Bericht*.

Meldungen sind kurze Texte, die nach ihren makrostrukturellen Merkmalen leicht zu erkennen sind. Sie sind kurz und bündig, bestehen aus einer Kerninformation und meistens nur aus einem Absatz oder sogar aus einem einzigen Satz. Als *Nachrichten* bezeichnen wir informationsbetonte Texte mittlerer Länge. Im Unterschied zu *Meldungen* berichten sie über eine unbekannte Tatsache ausführlicher und bestehen aus mehreren Absätzen. Eine *Nachricht* beginnt meistens mit der Angabe der Quelle, was betont, dass es sich um offizielle Informationen handelt. Es lassen sich allerdings auch *Nachrichten* finden, bei denen der Name des Verfassers angegeben ist. *Berichte* bestehen dann meistens aus einem Vorspann

¹ Mast 1998:229

und einem mehrspaltigen Text, der in viele Absätze gegliedert ist. Ein *Bericht* verfügt immer über eine Überschrift, die meistens mehrteilig ist.

Verschiedene Autoren sprechen unterschiedlich über die Objektivität bei diesen *beschreibenden* journalistischen Textsorten. Anders sehen die Forderung nach Objektivität diejenigen Autoren, die präskriptiv beschreiben, wie einzelne journalistische Darstellungsformen gestaltet werden sollen und anders diejenigen, die diese schon existierenden Textsorten analysieren.

Nach Mast gilt für alle drei *beschreibenden* Darstellungsformen Objektivität als ein sehr wichtiges Merkmal.² Daher ist eine Grenze zwischen einer *Meldung* und einer *Nachricht*, einer *Nachricht* und einem *Bericht* oft schwer zu ziehen. Häufig sei ein Kriterium der Unterscheidung nur die Länge des Textes. Aus diesem Grunde bezeichnet Mast³ *Meldung* und *Bericht* als „Nachrichtendarstellungsformen“ mit unterschiedlicher Länge. Auch Brand und Schulze⁴ bezeichnen die *Meldung* als „Kurzform“ und den *Bericht* als „Langform“ einer *Nachricht*. Die *Nachricht* in ihrer Kurz- und Langform definieren sie als „objektive Mitteilung eines allgemein interessierenden, aktuellen Sachverhalts in einem bestimmten formalen Aufbau.“⁵ Auch nach Brand und Schulze sind subjektive Kommentare in *Nachrichten* unzulässig.

Pürer⁶ macht darauf aufmerksam, dass das Prinzip der Objektivität nur bei kurzen Texten eingehalten wird. Er erklärt aber gleichzeitig, warum es bei langen Texten nicht möglich ist. „Das Prinzip der Trennung von Nachricht und Kommentar ist [...] dann richtig, wenn es sich in der Tat um eine kurze, knappe Nachricht handelt. Aber schon bei einem längeren Bericht läßt es sich begreiflicherweise gar nicht vermeiden, daß persönliche Wertungen des Schreibers in den Text einfließen. Korrespondentenberichte in so seriösen Zeitungen wie der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* oder der *Neuen Zürcher Zeitung* zeigen täglich, daß sie zum Teil sehr pointierte persönliche Auffassungen der Verfasser enthalten.“⁷

Der Grad der Objektivität kann bei jeder Textsorte unterschiedlich sein. Nach Lüger⁸, der bei *Nachrichten* zwischen *harten* und *weichen Nachrichten* unterscheidet, werden zwar in *harten Nachrichten* wichtige Informationen meistens sachlich und unpersönlich formuliert, von den *weichen Nachrichten* unterscheiden sie sich aber nicht nur durch die behandelnden Themen. *Weiche Nachrichten* sind persönlicher und drücken Emotionen aus, sie sind subjektiv gefärbt.⁹

Nach Lüger enthalten *Berichte*, trotz aller Forderungen, Kommentare, Stellungnahmen und subjektive Bewertungen. „Recht unterschiedlich ist schließlich

2 Mast 1998:229

3 Mast 1998:227

4 Brand/Schulze 1997:147

5 ebenda

6 Pürer 1996

7 Pürer 1996:79

8 Lüger 1995

9 vgl. Lüger 1995

das Vorkommen von Bewertungen. Die Bandbreite reicht von Texten, die explizite Stellungnahmen weitgehend vermeiden, bis hin zu Beiträgen, die recht eindeutig von Kommentierungen durchsetzt sind. In solchen Fällen erscheint die Zuschreibung einer bestimmten Intentionalität eher fragwürdig.¹⁰

Nach Gruber¹¹ sind *Berichte* sogar immer subjektiv. Er unterscheidet zwei Typen von Berichten, *wertende Berichte* und *deskriptive Berichte*. Seine Einteilung wird noch durch folgende Erklärung ergänzt: „Diese Unterscheidung besagt nicht, dass die deskriptiven Berichte dem „Objektivitätsgebot“ entsprechen würden, sondern lediglich, daß bei diesen Texten keine Wertungen auftreten, die vom Textautor stammen.“¹² In diesem Zusammenhang spricht Gruber über „Wertungen Dritter“, die einen meinungsbeeinflussenden Charakter haben können, da sie Wertungen vermitteln.¹³

Kommen wir aber zurück zu unserer Frage, ob die Forderung nach Objektivität erfüllbar ist. Kunczik beschreibt die Objektivität als „eine der Realität entsprechende Berichterstattung“ und fügt die Definition von Silbermann hinzu, der die Objektivität als „Darstellung der Wirklichkeit wie sie ist“ definiert.¹⁴ Im Zusammenhang mit dieser Definition stellt sich noch die Frage, ob es überhaupt möglich ist, *die Wirklichkeit rein objektiv darzustellen*. Dies will ich folgendermaßen erklären: Derjenige, der es versucht die Realität zu beschreiben, muss dazu bestimmte sprachliche Mittel wählen. Sprachverwendung ist generell subjektiv, somit kommt aber seine Persönlichkeit zum Ausdruck. Es ist auch nicht einfach, wahrheitsgetreu zu berichten, weil es nur selten nur eine „Wahrheit“ gibt und weil man die „Wahrheit“ von mehreren Seiten sehen kann. Außerdem kann bei der Berichterstattung nicht die vollständige Realität gezeigt werden, es werden nur einige Aspekte der Realität gewählt, es wird nur ein Ausschnitt präsentiert: jener Teil der Realität, den der Journalist dem Leser zeigen *will*. Bestimmte Aspekte der Realität werden von dem Journalisten angeführt und andere außer Acht gelassen, einige betont, andere in den Hintergrund gerückt.

Holicki¹⁵ bedient sich der Erkenntnisse der Rhetorik und führt drei Klassen von Textgestaltungsmitteln, die die Objektivität eines Textes stark beeinflussen können ein:

- 1) die Auswahl von Aspekten eines Ereignisses, Merkmalen einer Person oder Argumenten usw. (z.B. Weglassen von Fakten, Wiederholungs- und Häufigkeitsfiguren);
- 2) die Anordnung von Aspekten eines Ereignisses, sowie die Reihenfolge von Kontrasten oder Argumenten;

10 Lüger 1995:113

11 Gruber 1991

12 Gruber 1991:112

13 vgl. ebenda

14 vgl. Kunczik 2001:276

15 Holicki 1990:122

- 3) die mit der sprachlichen Ausführung von Aspekten, Argumenten und mit dem verwendeten Sprachstil zusammenhängende Ausgestaltung.

Das Wort hat bekanntlich neben einer Form einen bestimmten Inhalt, der Objekte nicht nur benennt, sondern oft auch eine wertende positive oder negative Bedeutung, die sich in einem langen Prozess herausgebildet hat, enthält. Diese Wertung, die isolierte Wörter, Wortverbindungen oder bildliche Umschreibungen enthalten, kann mehr oder weniger sichtbar sein und wird vom Leser mehr oder weniger bewusst bzw. unbewusst rezipiert.¹⁶

Wertende und expressive Mittel finden wir sowohl unter grammatischen als auch unter lexikalischen Stilelementen. Sie sind allerdings häufig nicht auf den ersten Blick erkennbar. Sozial, geographisch oder zeitlich markierte Wörter, die je nach Verwendung einen positiven oder negativen Eindruck vermitteln, können entsprechende Sympathien oder Antipathien zu einer besprochenen Person oder Situation hervorrufen. Sogar einige Wortbildungsmittel rufen eine expressive Wirkung hervor und einen besonders hohen Grad an Subjektivität enthalten (okkasionelle Bildungen). Auch Phraseologismen sind Träger einer positiven oder negativen Wertung.

Subjektives spiegelt sich auch auf der syntaktischen Ebene wieder. Das Abweichen von der normalen Satzgliedfolge (Hervorhebungen durch stilistische Anfangs- oder Endstellungen, Ausklammerungen usw.) oder vom regulären Satzbau (Ellipse, Prolepse usw.) werden als expressiv angesehen.¹⁷ Genauso wirken auch ungewöhnliche Satzarten expressiv.

Selbst bei der makrostrukturellen Textgestaltung einer Nachricht, dem Pyramidenprinzip, kann man Subjektives nicht vermeiden: „Ihr Konstruktionsprinzip ‚Das Wichtigste nach vorn‘ zwingt den Journalisten zur Interpretation: Was hält er für das Wichtigste?“ Gleichzeitig wird aber hinzugefügt: „Aber das entbindet ihn nicht von der Pflicht, den Sachverhalt so objektiv und zuverlässig wie möglich wiederzugeben.“¹⁸

An einem konkreten Beispiel möchte ich zeigen, dass trotz aller Forderungen nach Objektivität in *Berichten* nicht nur verschiedene Hintergrundinformationen, sondern auch unter anderem kommentierende Stellungnahmen und Wertungen zu finden sind.

Ich habe einen Text aus der Süddeutschen Zeitung (SZ, 24. 6. 2002, S. 2) ausgewählt. Dieser Text befindet sich in der Rubrik „Politik“ und wird von einem Foto begleitet, auf dem zwei Politiker zu sehen sind.

Betrachten wir die Makrostruktur des Textes, so handelt es sich um einen langen Text, der in viele Absätze geteilt ist. Es handelt sich also um keine Meldung. Die Überschrift ist zweiteilig, hat allerdings eine sehr ungewöhnliche Schrift-

¹⁶ vgl. Kurz/Miller/Pötschke/Pöttker 2000

¹⁷ vgl. Malá 1996

¹⁸ Noelle-Neumann/Schulz/Wilke 1994:99

größe und -form. Vor dem eigentlichen Text sehen wir einen Hinweis darauf, dass dieser Text nicht von einer Presseagentur stammt, sondern ihn ein Journalist verfasste. Es könnte sich also nach diesen Merkmalen um einen Bericht, eine Reportage oder um einen Kommentar handeln. In diesem Falle ist der Stil, die Mikrostruktur des Textes entscheidend.

Bevor wir zum eigentlichen Text übergehen, fesselt unsere Aufmerksamkeit ein sehr inoffizieller Titel „**Das Küchen-Kabinett**“, der eine Anspielung auf den Textanfang darstellt und dank einer ungewöhnlichen Wortverbindung den Leser neugierig machen soll.

Der Anfang des Textes ist in einem sehr persönlichen Ton gehalten. Der Satz „Sie besprachen es in Platzecks Küche in Potsdam-Babelsberg, es gab Lamm.“ klingt sehr familiär. Es gibt hier aber noch eine ganze Reihe anderer expressiver Formulierungen:

„...gab es solch ein „Dinner for three“.“

„... überlegten sich die drei ostdeutschen Genossen bei Braten und Wein...“

„... als die überraschende Nachricht in der Welt war.“

„Der Mann, der noch wenige Tage Oberbürgermeister von Potsdam ist, kann sich nun, da es heraus ist, ein Grinsen nicht verkneifen.“

Dieser Text ist auch dadurch charakterisiert, dass zu Beginn und zum Schluss auf Fakten verzichtet wird. Im Text sind also zahlreiche wertende und weitere expressive sowie metaphorische Ausdrücke zu finden, wie z.B.:

„Was besprachen, war besonders delikat...“

„...sagte Matthias Platzeck entspannt...“

„...sagt Stolpe und zwinkert müde, aber erleichtert.“

„...sagt einer der Strategen: ...“

Dank der vielen wertenden Ausdrücke, eines persönlichen Tons und eines für reine Faktenübermittlung untypischen Anfangs könnte es schwierig sein, diesen Text einer bestimmten Textsorte zuzuordnen. Obwohl der Text mit der Schilderung der Atmosphäre anfängt und Authentizität verspricht, handelt es sich um keine Reportage. Liegt also eine beschreibende Textsorte (ein *Bericht*), oder eine kommentierende Textsorte (ein *Kommentar*) vor? Obwohl im Text viele kommentierende Formulierungen und wertende Passagen nachgewiesen werden können, werden im Text vor allem Fakten übermittelt, es wird über die Situation und Stimmung in der Regierung berichtet, Aussagen einzelner Politiker werden zitiert. Es handelt sich um einen Bericht. Wie zu sehen ist, weist dieser Bericht einen hohen Grad an Subjektivität auf.

Es ist ersichtlich, dass es nicht einfach ist, verbal rein objektiv zu berichten, auch wenn man sich darum bemüht. Als eine authentische Wiedergabe der Realität wird aber ohne Zweifel das Foto angesehen. Es besitzt eine hohe Glaubwürdigkeit und wird als ein wahrheitsgetreues Abbild der Wirklichkeit verstanden. Aber auch bei einem Foto ist Subjektivität nicht eindeutig ausgeschlossen. Ein Foto ist räumlich und zeitlich beschränkt, es handelt sich um eine Abbildung auf

einem sehr kleinen Raum in einem einzigen Augenblick und die entscheidende Rolle bei dieser Realitätsdarstellung hat die fotografierende Person, die das Empfinden der Atmosphäre beeinflussen kann. Und ähnlich, wie bei einem Text, gibt es bei Fotos Tatsachen, die den Mythos von einem gänzlich objektiven Foto völlig zerstören:

- 1) Beim Fotografieren kann der Fotograf wählen, aus welcher Perspektive eine Person, Sache oder Situation fotografiert wird und was im Hintergrund steht.
- 2) Das Foto zeigt auch eine Beziehung, in welcher die abgebildeten Objekte zueinander stehen, die aber im Moment des Fotografierens nicht der Wirklichkeit entsprechen muss.
- 3) Auch die Beleuchtung, Schatten, Farbe, Kontraste beeinflussen das Empfinden des Bildes.¹⁹

Auch Beifuß/Evers/Rauch²⁰ fragen, ob Fotos, die eine *Nachricht* ergänzen oder allein stehend eine *Nachricht* bilden, die Anforderungen an Objektivität erfüllen: „Objektive Fotos? Dieser Anspruch ist falsch. Auf mindestens vier Stationen - vom *Ereignis* (Ausschnitt und Zeit wählen, Standort, Objektiv), über *Aktion* und *Ablauf*, zur Labor-Bearbeitung (Negativ-Behandlung und Auswahl, Vergrößerungsausschnitt, Beschnitt), bis zur Entscheidung über die *Verwendung* in diesem oder jenem Medium, in dieser oder jener Aufmachung - potenziert sich die bewußte oder unbewußte Manipulation des Fotografen.“²¹ Frey²² informiert sogar über faszinierende und nicht zu unterschätzende Ergebnisse zahlreicher Versuche, die über Wirkungen von Aspekten der nonverbalen Kommunikation auf die Betrachter berichten. Bei Fotos von Personen geht es vor allem um die Bewegungsmuster. Nach diesen Ergebnissen beeinflussen insbesondere seitliche Neigungen des Kopfes, ob eine Person einen positiven oder negativen Eindruck macht, ob sie langweilig, entspannt, selbstsicher oder verärgert wirkt. Die Entscheidung, welchen Eindruck er auf den Leser machen lässt, liegt also bei dem Fotografen.

Aus dem oben gesagten ist ersichtlich, dass die Forderung nach einer absoluten Objektivität bei der Nachrichtenermittlung schwer zu erfüllen, wenn nicht sogar unerfüllbar, ist und dass man sogar bei Fotos, die diese Nachrichten begleiten, Subjektives nicht vermeiden kann. Zusammenfassend könnte gesagt werden, dass der Grad der Objektivität durch zwei Faktoren beeinflusst werden kann:

1. Länge des Textes
2. Textgestaltungsmittel

Wir haben an unserem Beispiel aus der Süddeutschen Zeitung gezeigt, dass Berichte sehr subjektiv gefärbt sein können. Damit haben wir bewiesen, dass die

¹⁹ Holicki 1990:123

²⁰ Beifuß/Evers/Rauch 1994

²¹ Beifuß/Evers/Rauch 1994:125

²² Frey 1999

Wirklichkeit (die tatsächlich existierenden Darstellungsformen) nicht immer der gewünschten Norm (wie diese Darstellungsformen in der präskriptiv geschriebenen Literatur vorgestellt werden) entspricht.

Literatur:

- BEIFUSS, Hartmut / EVERS, Karl Heinz / RAUCH, Friedrich u.a.: *Bildjournalismus. Ein Handbuch für Ausbildung und Praxis*. 2., völlig überarb. Auflage. Paul List Verlag 1994.
- BRAND, Peter / SCHULZE, Volker (Hrsg.): *Die Zeitung*. Hahner Verlagsgesellschaft 1997.
- FREY, Siegfried: *Die Macht des Bildes. Der Einfluß der nonverbalen Kommunikation auf Kultur und Politik*. Verlag Hans Huber 1999.
- GRUBER, Helmut: *Antisemitismus im Mediendiskurs. Die Affäre „Waldheim“ in der Tagespresse*. Wiesbaden 1991.
- HOLICKI in: WILKE, Jürgen: *Fortschritte der Publizistikwissenschaft*. Freiburg / München 1990.
- KUNCZIK, Michael: *Publizistik: ein Studienhandbuch*. Köln/Weimar/Wien 2001.
- KURZ, Josef / MÜLLER, Daniel / PÖTSCHKE, Joachim / PÖTTKER, Horst: *Stilistik für Journalisten*. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden 2000.
- LÜGER, H.-H.: *Pressesprache*. Germanistische Arbeitshefte, Band 28. Tübingen 1995.
- MALÁ, Jiřina: *Einführung in die deutsche Stilistik*. Masarykova univerzita v Brně 1996.
- MAST, Claudia (Hrsg.): *ABC des Journalismus: ein Leitfaden für die Redaktionsarbeit*. UVK Medien 1998.
- NOELLE-NEUMANN, E. / SCHULZ, W. / WILKE, J.: *Fischer Lexikon. Publizistik. Massenkommunikation*. Frankfurt am Main 1994.
- PÜRER, Heinz (Hg.): *Praktischer Journalismus in Zeitung, Radio und Fernsehen*. 2., überarb. und erw. Auflage. Reihe Praktischer Journalismus, Band 9. UVK Medien 1996.
- PÜRER, Heinz / RAABE, Johannes: *Medien in Deutschland. Bd. 1. Presse*. 2. überarb. Aufl. UVK, Konstanz 1996.

