

Marlis Prinzing

Wahrheit ist eine zentrale Norm unserer Kommunikation, Wahrheit und Wahrhaftigkeit sind wegleitend für professionellen, ethisch verantwortungsvollen Journalismus. Doch die Vorstellung, was wahr ist, verblasst zunehmend – und damit die Grundlage dafür, dass wir einander verstehen und uns miteinander verständigen. Global tätige Plattformbetreiber wie Facebook & Co. beschleunigen diese Erosion.

Medien und Wahrheit

in digitalen Zeiten

Ohne Journalismus wüssten wir weder von einem unausgereiften Bluttest zur Früherkennung von Brustkrebs am Universitätsklinikum Heidelberg („Rhein-Neckar-Zeitung“) noch von jahrelangen Manipulationen von Abrechnungen im Rettungsdienst des bayerischen Arbeitersamariter-Bundes („Nürnberger Nachrichten“). Wir hätten keine Ahnung von der Macht und Arbeitsweise sogenannter Clans in Nordrhein-Westfalen („Kölner Stadt-Anzeiger“). Ohne Cum-Ex-Files, Panama Papers, Paradise Papers, Pandora Papers wäre die daraus ans Tageslicht gebrachte Steuerbetrügerei unentdeckt geblieben. Ebenso die Praxis von CIA und Bundesnachrichtendienst, mit manipulierten Schweizer Verschlüsselungsmaschinen weltweit zu spionieren. Journalismus bringt Wahrheit ans Licht, die manche verbergen wollen. Journalismus thematisiert Wahrheiten, die einige nicht wahrhaben wollen – viel diskutierte Beispiele: Coronapandemie, Coronaimpfung, menschengemachter Klimawandel. Und vor allen Dingen organisiert Journalismus durch Beschreibungen von Sachverhalten und Ereignissen die für demokratische Gesellschaften konstitutive öffentliche Debatte über das, was uns alle angeht, organisiert also die gesellschaftliche Selbstverständigung.

Was ist Wahrheit?

Journalist:innen pflegen meist einen „empirischen Wahrheitsbegriff“, erläutert der Dortmunder Kommunikationswissenschaftler Horst Pöttker. „Wahr ist nicht, was sie glauben, hoffen, wünschen oder für plausibel halten, sondern das, von dem die eigene Sinneswahrnehmung oder die anderer Menschen bezeugt, dass es stimmt, zutrifft, der Fall ist“ (Pöttker 2017). Wahrheit ist ein zentraler Begriff in der Philosophie. Der amerikanische Philosoph Michael Glanzberg lässt in seinem Handbuch zur Wahrheit (2018) 36 Expert:innen aus aller Welt die Entwicklung des Wahrheitsbegriffs seit der Antike darlegen. Auf Aristoteles gehen sowohl Grundideen zur Ethik als auch ein Typ von Wahrheitstheorie zurück, der bis heute sehr prominent ist: die Korrespondenztheorie. Mit dem britischen Philosophen Bertrand Russell auf den Punkt gebracht: Wenn – und nur dann – etwas, das man glaubt, mit einer Tatsache „korrespondiert“, ist es wahr.

Übertragen auf den Journalismus, adressiert dies das zentrale Kriterium für Sorgfalt und damit für Wahrheitsverpflichtung. Eine Information, die publiziert wird, muss mehrfach bezeugt sein und richtig (also überprüfbar). Journalismus kuratiert: Er bildet nur einen Ausschnitt aus all dem ab, was sich ereignet, setzt manche Themen auf die mediale Agenda und andere nicht; und er ordnet Themenaspekte einer wahrgenommenen Wirklichkeit durch Frames, also indem er ihren Kerninhalt in einem Deutungsraaster oder Erzählmuster rahmt (beispielsweise die finanziellen Beiträge für öffentlich-rechtlichen Rundfunk als „Zwangsabgabe“ oder als „Solidarabgabe“ für einen garantierten Zugang von Bürger:innen zu Informationen, die sie z. B. kündigt an Wahlen teilhaben lassen).

Die Auswahl folgt professionellen Kriterien: Was ist wahr sowie zudem für die Öffentlichkeit relevant (also nicht nur privat z. B. als Klatsch interessant)? Was ist zudem hinreichend vollständig (das bedeutet z. B., dass man von der Bundestagswahl natürlich nicht nur über eine Partei berichtet)? Und was ist zudem verständlich vermittelt (so, dass Informationen aus Fachkontexten wie Medizin oder Klimaforschung verstanden werden können)? Randbemerkung: Selektion ist nicht – wie dies teilweise irrtümlich geschieht – mit Zensur zu verwechseln; Zensur beschreibt z. B., dass Obrigkeiten den Bürger:innen bewusst Informationen vorenthalten, obwohl diese für sie von hoher Relevanz wären.

Das wahre Beschreiben von Sachverhalten beruht auch auf der Vergewisserung darüber, dass man z. B. tatsächlich das geschrieben oder gesagt hat, was man gemeint hat, bzw. Protagonist:innen so zitiert oder paraphrasiert, dass wahrhaft vermittelt wird, wie sie etwas gemeint haben – und ebenso mit Statistik als eine Art von Protagonist umgeht, also Zahlen nicht per se als „wahr“ annimmt und weitergibt, wie dies häufig geschieht, sondern als einzuordnende Beschreibung eines Sachverhalts (handelt es sich bei einer bestimmten Zahl um eine absolute Personenzahl, um einen Anteil oder um einen Zuwachs?).

Die Wahrheitsverpflichtung von Journalismus ist prozesshaft zu verstehen, schon aus pragmatischen Gründen. Ein Beitrag muss wahr, aber auch aktuell sein. Man kann nicht erst nach Wochen über die Flutkatastrophe im Ahrtal berichten, weil dann erst alle Erkenntnisse zu den möglichen Ursachen für das Ausmaß der Starkregenfolgen beisammen sind. Redaktionsschluss und Platzkapazitäten setzen Grenzen, Transparenz ist geboten.

Wahrheit und ihre Lücken

Glaubwürdig und vertrauenswürdig sein – das heißt, offenzulegen, wo Wahrheit Defizite hat. Manche Redaktion versieht mittlerweile dann, wenn sich Ereignisse überschlagen und die Faktenlage unklar ist (wie z. B. nach Terroranschlägen oder Naturkatastrophen), ihre Berichterstattung mit einer Auflistung im Stil: „Was wir wissen... und was wir noch nicht wissen“. Transparenz über die Lücken von Wahrheit erhöht den Wahrheitsgehalt eines Beitrags und ermöglicht auch, Wahrheit „nachzustellen“, ohne Glaubwürdigkeit einzubüßen. Für den NDR-Dokumentarfilm *Lovemobil* im Jahr 2019 über zwei Prostituierte wurden einige Szenen nachgestellt. Das sorgte für einen Skandal und für kontroverse Diskussionen. Das Problem war nicht dieses Reenactment an sich, sondern dass es nicht gekennzeichnet war und erst durch eine investigative Recherche ans Licht kam; zunächst wurde also das Publikum in die Irre geführt.

Bei journalistischem Storytelling und damit besonders bei relativ subjektiven Hybrid-Darstellungsformen wie Reportagen und Porträts sind die ethischen Herausforderungen, vor allem aber die Versuchungen offenbar groß. Bekanntes Beispiel ist der ehemalige „Spiegel“-Journalist Claas Relotius. Er trieb die Fiktionalisierung seiner Geschichten auf die Spitze und überzeugte damit etliche Male Jurys von Journalistenpreisen, die den Betrug nicht merken konnten. 2018 flogen seine Machenschaften auf.¹ Einiger „Methoden“, die er nutzte, bedienten sich zumindest zeitweise auch andere Journalist:innen. Künstlich gebaute Figuren, szenische Rekonstruktionen, dramaturgische Verschränkungen oder Verdichtungen, frei erfundene Protagonisten, die Geschichten abrunden – fiktionale Stilmittel, die ein ahnungsloses

»Eine Information, die publiziert wird, muss mehrfach bezeugt sein und richtig (also überprüfbar).«

Publikum an der Nase herumführen und ihm eine Erzählung vorgaukeln, die es zumindest so in Wahrheit gar nicht gibt, sind ethisch hochproblematisch. Journalistisches Erzählen muss sich stets an Tatsachen ausrichten – auch wenn dabei die eine oder andere Erzähllücke bleibt. Der Relotius-Skandal, der sich an einem Nachrichtenmagazin entzündete, dessen Gründer Rudolf Augstein das Wahrheitsgebot zum Claim erhoben hat – „Sagen, was ist“ –, war nicht nur Wasser auf die Mühlen jener, die mit „Lügenpresse“-Unterstellungen Medien pauschal diskreditierten, sondern ein Schock für die ganze Branche, die sich in oberster Priorität der Wahrheit verpflichtet sieht.

Wahrheit, Wahrhaftigkeit, Lüge und Manipulation

„Die Achtung vor der Wahrheit, die Wahrung der Menschenwürde und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse. Jede in der Presse tätige Person wahrt auf dieser Grundlage das Ansehen und die Glaubwürdigkeit der Medien“, ist in der ersten Richtlinie des deutschen *Pressekodexes* niedergelegt. Wahrhaftigkeit bezieht sich dabei auf die subjektiven Absichten der Akteur:innen, auf ihre innere Haltung und ihre Selbstverpflichtung auf Wahrheit. Mit dem Philosophen Immanuel Kant gesprochen: „Dass das, was Jemand sich selbst oder einem Andern sagt, *wahr* sei, dafür kann er nicht jederzeit stehen (denn er kann irren); dafür aber kann und muss er stehen, dass sein Bekenntniss oder Geständniss *wahrhaft* sei; denn dessen ist er sich unmittelbar bewusst. Er vergleicht nämlich im erstern Falle seine Aussage mit dem Object im logischen Urtheile (durch den Verstand); im zweiten Fall aber, da er

sein Fürwahrhalten bekennt, mit dem Subject (vor dem Gewissen)“ (vgl. Hartenstein 2020, S. 90, H. i. O.). Daraus lässt sich zudem als weiteres Kriterium journalistischer Wahrheitsorientierung eine konsequente Richtigstellungspraxis ableiten: Ist ein Fehler passiert, wird dies transparent gemacht und korrigiert. Hier hat sich zwar in manchen Redaktionen insbesondere online einiges verbessert, aber die Luft nach oben ist geblieben. Verfehlt Wahrheit ist ein Irrtum, wenn dahinter keine Absicht stand. Sie ist eine Lüge, wenn absichtlich Falsches erzählt wurde, und sie ist Desinformation, wenn vorsätzlich manipuliert wird. Gegen das alles haben Redaktionen aufwendige Gegenstrategien entwickelt mit Faktenchecks, Bildforensik und weiterer digitaler Detektivarbeit. Wegleitend, um den Wahrheitsgehalt von Informationen zu überprüfen, sind die journalistischen W-Fragen: Wer, was, wo, wann, womit, warum? Lüge und Täuschung gab es immer. Die digitale Technik bewirkte aber, dass sie sich schneller und massiver denn je verbreiten lassen. Auch Bildmanipulation ist kein neues Phänomen. Aber heute kann jeder sich ganz rasch Tools beschaffen, um ein Foto zu manipulieren. „Belegfotos“ haben damit weiter an Wert verloren. Und wenn in sogenannten Deep Fakes durch Software Menschen Sätze in den Mund gelegt werden, die sie in Wirklichkeit nie gesagt haben, verändert dies die Wahrnehmungsgewohnheiten in früher unvorstellbarer Weise. Eine Redewendung wie „den eigenen Augen nicht trauen“ erhält einen anderen Sinn. Technische und ökonomische Entwicklungen sind oft weiter vorgeschritten als die Klärung von mit ihnen verbundenen Kernfragen: Wer steht in der Verantwortung? Wofür? Auf welcher Grundlage?

Wahrheit und Orientierung

Nicht Irrtümer, Lügen und Desinformation an sich sind Schlüsselprobleme der digitalen Kommunikation, sondern der Verlust an Orientierung. Digitale Kommunikationsplattformen (Facebook, Instagram, YouTube und Twitter) verwischen durch ihre Monopolposition den Kontext und damit den Bezug der gesellschaftlichen Debatte. Wir alle benötigen aber Kontexte, um die Wahrheit von Aussagen zu beurteilen, und müssen uns auf Expert:innen als Quellen verlassen können. Bei sogenannten Fake News im digitalen Raum erkennen viele aber eben nicht mehr, woher eine Nachricht kommt und in welchem Kontext sie entstanden ist – zumal Interessengruppen soziale Medien gezielt mit Verzerrungen von Wirklichkeit fluten, sodass das, was wahr ist, nur noch eine Version ist, schwer auffindbar, schwer unterscheidbar. Zudem agieren Techplattformen als Emotionsmedien. Wir reagieren auf negative Gefühle viel rascher als auf positive. Eine Information, die uns empört, teilen, liken, kommentieren wir in der Regel besonders schnell. Das ist der Kern des Geschäftsmodells der Plattformbetreiber. Denn durch solche Reaktionen generieren sie Daten; das erzeugt maximale Profite auf ihren Konten. Die schnelle Reaktion, nicht der in Argumenten allmählich ausgetragene Konflikt ist der Kern ihrer ökonomischen Macht. Über Alternativen wie z. B. eine Plattform für einen gebührenfinanzierten, öffentlich-rechtlichen digitalen Diskursraum wird zwar diskutiert; konkrete Umsetzungen stehen aber aus.

»Nicht Irrtümer, Lügen und Desinformation an sich sind Schlüsselprobleme der digitalen Kommunikation, sondern der Verlust an Orientierung.«

Is truth dead?

An den Vorstellungen von Wahrheit kann eine Gesellschaft zusammenwachsen – oder sich spalten. *Is truth dead?* titelte das „TIME Magazine“ im April 2017, Donald Trump war damals noch keine 100 Tage im Amt. Er ging mit dem Begriff „Wahrheit“ um wie mit einem Spielzeug. Er verpasste der Verpflichtung von Medien auf Wahrheit mit dem Begriff „Fake News“ einen Spin, einen Dreh: Er unterstellte ihnen, sie würden mit Absicht falsch informieren. Fakten wurden zu Optionen, versehen mit der Eigenschaft „alternativ“. Wissenschaftlichkeit und gesichertes Wissen wurden politisch motiviert angezweifelt. Emotion – die gefühlte „Wahrheit“, die gefühlte „Wahrnehmung“ – verdrängte immer stärker die evidenzbasierte, auf überprüfbare Fakten und Befunde bauende Wahrheit. Die Regierung Trump und weitere Regierungsspitzen (Boris Johnson, Viktor Orbán etc.) leiteten eine Art Iconic Turn ein: Unter ihrer Ägide verweben sich Fake News, Desinformation und haltlose Behauptungen (Bullshit) zu einem Post-Truth-Politikstil, den kennzeichnet, dass es egal ist, was wahr ist. Sie machten aus „Wahrheit“ einen Kampfbegriff, mit dem sie die für demokratische Gesellschaften zentrale Norm der Medienfreiheit sowie Journalismus als Beobachter- und Widersprecher-Instanz attackierten. Die Zuerkennung der Friedensnobelpreise im Oktober 2021 an die philippinische Journalistin Maria Ressa und den russischen Journalisten Dmitri Muratow etabliert ein Gegenbild. Die beiden wurden ausgezeichnet „für ihre Bemühungen um die Wahrung der Meinungsfreiheit, die eine Voraussetzung für Demokratie und dauerhaften Frieden ist“ – und damit letztlich für ihren Mut, über das zu berichten, was wahr ist. Solcher Mut, eine solche journalistische Haltung ist just in einem postfaktisch geprägten Umfeld außerordentlich bedeutsam.

Wahrheit lässt sich nicht als absolut gesichertes Wissen setzen. Sie entsteht als Ergebnis eines sozialen Prozesses zur Erkenntnisgewinnung und bedarf gesellschaftlicher Übereinkünfte und des

Vertrauens in Personen und Institutionen. Der Auftrag von Journalismus ist es, dem Publikum Wahrheit (und damit auch Tragödien) von öffentlicher Relevanz zuzumuten. Die Kriterien, wie dies geschieht, sind nicht absolut setzbar. Die Bilder der Kriegsverbrechen z. B. in My Lai in Vietnam 1968 mit Frauen- und Kinderleichen ließen sich nutzenethisch rechtfertigen, weil diese Zumutung die amerikanische Öffentlichkeit bewog, den unnötigen Krieg kritischer zu sehen. Zahllose Bilder von Kriegsopfern oder aber auch von Unfalltoten zu veröffentlichen, wäre hingegen eine insofern irrelevante Wahrheit, als die Zumutung solcher Bilder in hoher Zahl weder zusätzlichen Wahrheitsgehalt noch eine ergänzende Relevanz mit erwartbar positiven Folgen für die Allgemeinheit bedeutet. Vielmehr wäre hier mit Immanuel Kants kategorischem Imperativ zu argumentieren, dass das Zeigen von Leichenbildern kein „allgemeines Gesetz“ werden sollte.

Die Leiche des Flüchtlingsjungen Aylan Kurdi im Spätsommer 2015 am Strand von Bodrum zu zeigen, ließ sich rechtfertigen, weil dadurch auf einen Blick klar wurde, dass sich hier in Wahrheit Familientragödien abspielten. Die Leiche aber etwas „zurechtgemacht“ zu zeigen statt so, wie Tote oft tatsächlich angespült werden, wirft die ebenfalls nicht absolut beantwortbare Frage auf, „wie viel“ Wahrheit zuzumuten ist. Ein Argument kann auch sein, das Grauen nach Terroranschlägen gerade deswegen zurückhaltend zu zeigen, weil es als „Propaganda der Tat“ interpretierbar wäre, zahllose Bilder von Leid und Zerstörung zu publizieren, da ja Terrororganisationen sich just Leid und Zerstörung als Ziel setzen. Und obwohl es wahr ist, kann es geboten sein, in einer Reportage über Drogenabhängigkeit die Kamera nicht direkt auf entzückte Menschen zu richten, die sich verzweifelt eine Spritze setzen. Denn wie im *Pressekodex* niedergelegt, knüpft die Achtung vor der Wahrheit an die Wahrung der Menschenwürde an; Leid zu thematisieren, heißt nicht, Leidende vorzuführen.

Anmerkung:

1 Das „Spiegel“-Dossier zum „Fall Relotius“ ist abrufbar unter: <https://www.spiegel.de> (letzter Zugriff: 19.12.2021)

Literatur:

Glanzberg, M. (Hrsg.): *The Oxford Handbook of Truth*. Oxford 2018

Hartenstein, G.: *Immanuel Kant's sämtliche Werke: Sechster Band* (Nachdruck des Originals von 1868). Frankfurt am Main 2020

Pöttker, H.: *Wahrheit und Wahrhaftigkeit. Grundbegriffe der Kommunikations- und Medienethik (Teil 7)*. In: *Communicatio Socialis*, 1/2017, S. 85–89

Weiterführende Literatur:

Prinzing, M.: *Unwissenheit frisst Journalismus – Journalismus frisst Unwissenheit. Zur Einschätzung der aktuellen Entwicklung von Medien und ihrer Bedeutung für die Demokratie aus Sicht der journalistischen Ethik*. In: P. Grimm/O. Zöllner (Hrsg.): *Digitalisierung und Demokratie. Ethische Perspektiven*. Stuttgart 2020, S. 21–36

Prinzing, M.: *Ethik als Schlüssel für Medienvertrauen und Empowerment*. In: Friedrich-Ebert-Stiftung: *Reihe Medienpolitik*. Bonn 2021. Abrufbar unter: <http://library.fes.de>



Dr. Marlis Prinzing ist Professorin für Journalistik an der Hochschule Macromedia in Köln, Studiendekanin und Studiengangleiterin. Sie befasst sich mit Ethik, digitaler Transformation und Innovation, hat eine Initiative für eine Charta der Öffentlichen Kommunikationswissenschaft angestoßen (<https://oeffentliche-kowi.org/>) und ist u. a. Kolumnistin.