

Wahrheit und Wahrhaftigkeit

Grundbegriffe der Kommunikations- und Medienethik (Teil 7).

Von Horst Pöttker

„Spricht Pilatus zu ihm: ‚Was ist Wahrheit?‘“

Joh 18, 38

Der emphatische Begriff *Wahrheit* wird gern in religiösen oder ideologischen Zusammenhängen verwendet. Der Redakteur einer Kirchenzeitschrift hatte Beiträge veröffentlicht, in denen von den Gräueltaten der Kreuzzüge und dem Antisemitismus der „Deutschen Christen“ die Rede war. Von seinen Herausgebern zur Rede gestellt, verteidigte er sich mit dem Hinweis, das sei doch die Wahrheit. Darauf musste er sich die aggressive Erwiderung anhören, Wahrheit sei das, was der Herr Jesus gesagt und getan habe.

Dagegen halten sich Journalist_innen, wenn sie nicht noch der Tradition der Gesinnungspublizistik verhaftet sind, an einen *empirischen* Wahrheitsbegriff. 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.

Weil Wahrnehmung subjektiv ist und trügerisch sein, überdies die kommunikative Überlieferung Wahrgenommenes verändern kann, gilt im Journalismus das Prinzip der *Quellenpluralität*: Informationen müssen auf der Wahrnehmung von mindestens zwei Beobachtern beruhen. Die Gräueltaten der Kreuzritter und der Antisemitismus der „Deutschen Christen“ lassen sich durch zahlreiche Quellen belegen. Dass die Kreuzritter bekehrungsunwillige Moslems massakriert und Vertreter der „Deutschen Christen“ Judenfeindliches geäußert haben, stimmt, trifft zu, war der Fall.

Grundbegriffe der MEDIENETHIK Communicatio Socialis

Prof. (i. R.) Dr. Horst Pöttker, lehrte bis 2013 Journalistik an der TU Dortmund und ist seit 2015 Seniorprofessor an der Universität Hamburg. Er war 2004 (Mit-)Gründer des „Vereins zur Förderung der publizistischen Selbstkontrolle“ (FPS) und von 2002 bis 2014 Geschäftsführer der „Initiative Nachrichtenaufklärung“ (INA).

Für überprüfbare Übereinstimmung faktischer Aussagen (Tatsachenbehauptungen, Protokollsätze) mit Sinneswahrnehmungen liegt der Qualitätsbegriff *Richtigkeit* nahe. Wenn Journalist_innen über ein raumzeitlich identifizierbares Geschehen berichten, muss die Berichterstattung *richtig* sein. Eine unrichtige, unzutreffende Nachricht kann nicht wahr sein. Richtigkeit ist eine *notwendige* Bedingung von Wahrheit. Ist sie aber auch hinreichend?

Trotz der empirischen Orientierung verliert der Wahrheitsbegriff im Journalismus nicht seinen emphatischen Klang. Richtigkeit genügt offenbar nicht, damit Berichtetes als wahr gelten kann. Wenn ein Fußballreporter die Tore der Heimmannschaft schildert, mag das richtig sein, aber wahr kann es erst werden, wenn er auch über die Tore des Gegners berichtet und am Ende das Spielergebnis mitteilt. Journalismus in der DDR war vor allem deshalb unwahr, weil er nur die Tore der Heimmannschaft mitgeteilt, nur die Schokoladenseite der eigenen Ge-

Wenn man am Wahrheitspostulat festhält, ist über Richtigkeit hinaus vom Journalismus Vollständigkeit gefordert.

sellschaft gezeigt und alles Negative per einseitiger Auswahl des (nicht) Mitgeteilten auf die kapitalistischen Systemkonkurrenten projiziert hat. Auch die Kritik am Redakteur der Kirchenzeitschrift wäre nicht verfehlt, wenn dessen Autoren mit dem Anspruch, das Christentum zu charakterisieren, *nur* über Gräuelp und Opportunismus und nicht auch über soziale Wohltaten und den Münsteraner Bischof von Galen oder die Barmer Theologische Erklärung der „Bekennenden Kirche“ berichtet hätten.

Wenn man am Wahrheitspostulat festhält, ist über Richtigkeit hinaus vom Journalismus *Vollständigkeit* gefordert. Weil aber wegen der physischen und mentalen Begrenztheit von Kommunikationsprozessen nicht alle Details mitgeteilt werden können, wird stattdessen die Qualitätsforderung nach Wiedergabe aller *wichtigen* Fakten gestellt. Allerdings ist auch das unbefriedigend, weil *Relevanz* etwas von Kommunikatorseite Zuschriebenes, Subjektives ist, während es sich hier ja um eine Qualität handelt, die dem Journalismus von der Welt seiner *Gegenstände* (Objekte) abverlangt wird: eine entscheidende und gleichzeitig höchst problematische, kaum messbare Komponente von Wahrheit. Es erscheint vernünftig, sie *Angemessenheit* zu nennen, was aber das zugrundeliegende Dilemma auch nicht

auflostufgrund der unvermeidlichen Selektionen, auf denen Erkenntnisse und Mitteilungen beruhen, wird öffentliche Kommunikation, auch wenn sie nach bestem Wissen und Gewissen dem Wahrheitspostulat folgt, stets von verborgen Bleibendem, nicht Mitgeteiltem begleitet. Über nicht Mitgeteiltes und daher Unbekanntes sowie dessen (quantitatives und qualitatives) Verhältnis zum Gewussten und Kommunizierten lässt sich aber – eben wegen seiner Unbekanntheit – nichts Verlässliches sagen. Jede Berichterstattung enthält deshalb subjektive Beimengungen und beruht auf einer normativen Grundlage, die bereits in der Auswahl des Mitgeteilten aus der Gesamtheit des Mitteilbaren steckt.

Auch wissenschaftliche Erkenntnistheorie geht davon aus, dass in jeder Fragestellung normative Prämissen stecken, die die Erkenntnismöglichkeiten der daran orientierten Forschung begrenzen. Max Weber hat *Wertdiskussionen* in der Forschung für unentbehrlich gehalten, um *Wertprämissen* bewusst zu machen (vgl. Weber 1968, S. 275f.). Entsprechendes gilt für den Journalismus. Sogar die Trennung von vermeintlich objektiver Nachricht und erkennbar subjektivem Kommentar ist diskutabel, weil sie trügerische Objektivierungen begünstigen kann (vgl. Pöttker 1999, S. 317-325).

Mehr oder weniger radikaler, letztlich auf die Erkenntnisphilosophie Immanuel Kants („Was können wir wissen?“) zurückgehender Konstruktivismus (vgl. Kant 2010) stellt zu Recht in Zweifel, ob eine der menschlichen Erkenntnis und Kommunikation vorgegebene Wirklichkeit, die dem empirischen Wahrheitsbegriff erst Sinn gibt, überhaupt existiert.

Die Nicht-Existenz der Realwelt ist allerdings ebenso wenig beweisbar wie ihr Vorhandensein. Da Menschen die Welt nicht nur (zu) beobachten (meinen), sondern ihr Leben daraus herstellen, darunter leiden (können) und damit zurechtkommen müssen, erscheint es aus pragmatischem Interesse vernünftig, von der Existenz einer sinnlich wahrnehmbaren Realwelt auszugehen, selbst wenn die Sinneswahrnehmung trügen kann. Wie Menschen in modernen, hochdifferenzierten, von unzähligen sozialen Kommunikationsbarrieren durchzogenen Gesellschaften mit der Realwelt zurechtkommen (können), hängt u. a. davon ab, ob und wie es Journalist_innen gelingt, die Kommunikati-

Wie Menschen mit der Realität zurechtkommen, hängt davon ab, wie es Journalisten gelingt, Barrieren mit Informationen zu überbrücken.

onsbarrieren mit richtigen und wichtigen, *möglichst* wahren Informationen zu überbrücken und dadurch das gesellschaftliche Leben in Gang zu halten. Darin besteht der „Sinn von Öffentlichkeit“ (Peters 2007, S. 55-102).

Wahrheit ist dabei nicht als in der einzelnen Mitteilung realisierbare Objektivität, als Substanz zu verstehen, die sich schwarz auf weiß nach Hause tragen ließe. Sie ist nur als ein *kommunikativer Prozess der permanenten Vervollständigung* vorstellbar, der auf das unerreichbare Ziel der Vollständigkeit richtiger Information gerichtet ist. Das entspricht der Erkenntnistheorie des kritischen Rationalismus Karl Poppers, die im Bemühen um Falsifikation (*nicht* endgültige Verifikation) das den wissenschaftlichen Vervollständigungsprozess in Gang haltende Motiv sieht und im Bild des Schiffs, das nie einen sicheren Hafen erreicht und auf hoher See repariert und umgebaut werden muss, das Riskante, Dynamische und Unabschließbare dieses Prozesses zum Ausdruck bringt (vgl. Popper 1966).

Beim Versuch, das auf den Journalismus zu übertragen, kommt der Begriff der *Wahrhaftigkeit* ins Spiel. Hier gibt es neben dem Wahrheits- auch ein *Aktualitätsgebot*. Selbstkritisches Bemühen um Falsifikation von Vorannahmen gehört auch bei der journalistischen Recherche zur Wahrheitsuche. Aber anders als in der Wissenschaft können solche Bemühungen nicht beliebig lange dauern. Gegebenenfalls dürfen oder müssen sie sogar um der rechtzeitigen Publikation einer Information willen zurückgestellt werden, bevor letzte Zweifel an deren Wert ausgeräumt sind.

Mit Wahrhaftigkeit des Journalismus ist Offenlegung und Bewusstmachung von Beeinträchtigungen von Wahrheit gemeint.

Mit Wahrhaftigkeit im Journalismus ist deshalb das *Offenlegen*, Bewusstmachen von (momentan noch) bestehenden *Wahrheitsbeeinträchtigungen* gemeint, vor allem in Bezug auf die Wahrheitskomponente der Vollständigkeit, wo sie sich nie vermeiden lassen. Wahrhaftigkeit kann sich aber auch auf die Qualität der Richtigkeit beziehen, z. B. wenn Quellen abweichen oder unsicher erscheinen.

Das Grundprinzip journalistischer Wahrhaftigkeit ist das *Deklariieren* von (möglichen) Wahrheitsmängeln. Wahrhaftige Berichterstattung teilt dem Publikum mit, wer für sie verantwortlich ist, vermeidet Anonymität, nennt ihre Quellen, weist auf Unstimmigkeiten zwischen ihnen hin, macht Symbolfotos

kenntlich, gibt bei Umfrageergebnissen Auftraggeber, Zeitpunkt, Methode und Repräsentativität der Studie an, beachtet sorgfältig Regeln der Redewiedergabe (Konjunktiv 1), hält nicht mit eigener Kommunikator-Subjektivität hinter dem Berg, die die Auswahl des (nicht) Mitgeteilten prägt, sei es die des journalistischen Individuums oder die seines Mediums, usw. Zur Wahrhaftigkeit gehört auch das rasche und regelmäßige *Richtigstellen von Fehlern* (Korrekturspalten). Unrichtigkeiten z. B. bei der Wiedergabe von Namen oder Daten sind angesichts des Aktualitätsgebots im journalistischen Alltag nahezu unvermeidlich. Im internationalen Vergleich fällt auf, dass in deutschen Medien eine Kultur der Richtigstellung kaum entwickelt ist.

Das emphatische Ziel wahrer Berichterstattung, das trotz seiner prinzipiellen Unerreichbarkeit als *professionelle Aufgabe* für den Journalistenberuf konstitutiv ist, wird in der journalistischen Arbeit durch das pragmatische Prinzip der Wahrhaftigkeit zur Geltung gebracht. Dieses Verhältnis zwischen Wahrheit und Wahrhaftigkeit drückt z. B. die Ziffer 1 der „Publizistischen Grundsätze“ des Deutschen Presserats aus: „Die Achtung vor der Wahrheit [...] und die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit sind oberste Gebote der Presse“ (Deutscher Presserat 2015).

Literatur

- Deutscher Presserat (Hg.) (2015): *Der Pressekodex*. <http://www.presserat.de/pressekodex/pressekodex/> (zuletzt aufgerufen am 1.1.2017).
- Kant, Immanuel (2010): *Kritik der reinen Vernunft*. Hrsg. v. Jens Timmermann. Hamburg.
- Peters, Bernhard (2007): *Der Sinn von Öffentlichkeit*. Hrsg. v. Hartmut Weißler. Frankfurt am Main.
- Popper, Karl R. (1966): *Die Logik der Forschung*. Tübingen.
- Pöttker, Horst (1999): *Berufsethik für Journalisten? Professionelle Trennungsgrundsätze auf dem Prüfstand*. In: Holderegger, Adrian (Hg.): *Kommunikations- und Medienethik. Interdisziplinäre Perspektiven*. Freiburg im Üechtland/Freiburg im Breisgau, S. 299-327.
- Weber, Max (1968): *Der Sinn der „Wertfreiheit“ der Sozialwissenschaften*. In: *Ders.: Soziologie. Weltgeschichtliche Analysen. Politik*. Stuttgart, S. 263-310.