

TEXT: PASCAL SIGG | ILLUSTRATION: MATTHIAS SEIFARTH

Fakten über Fakten

Fakten, Fakten, Fakten sind das Gebot der Stunde. In Zeiten von Filterblasen, Fake News und systematischer Desinformation haben Fakten Konjunktur. Doch ihr Verhältnis zum Journalismus ist alles andere als selbstverständlich. Ein Beziehungs drama in zwölf Fakten.

1. Fakten sind gerade populär

Plötzlich wurden die Verleger deutlich. „Glaubwürdigkeit steht bei uns an erster Stelle – ohne Alternativen. Damit Sie Lügen von Fakten unterscheiden können.“¹ Nichts weniger als Fakten versprachen die Anzeigen, welche der Verband Schweizer Medien in den letzten Wochen in Schweizer Tageszeitungen schaltete.

Verbandspräsident Pietro Supino hatte an der Dreikönigstagung „die grösste inhaltliche Chance für den Journalismus und unsere Medienhäuser“ in einer Besinnung auf die Fakten gesehen und in das „besorgniserregende“ und gleichwohl „treffende“, postfaktische Lamento eingestimmt. Es gebe nur noch „eine gefühlte Wahrheit, die weniger auf Fakten als auf Ansichten und Wünschen beruht“.² Damit hatte er an Analysen Schweizer Journalistinnen und Journalisten zur US-amerikanischen Präsidentschaftswahl angeknüpft, welche über Klagen³, Verwunderung⁴ oder Moralismus-Kritik⁵ Branchen-Reflexion betrieben hatten.

Als Mitte März die ersten Inserate mit Matthias Aebischer oder Natalie Rickli Seiten füllten, schien die Schweizer Waffe gegen das postfaktische Gespenst klar: Fakten. Damit wollte man sich von Propaganda und Wahrnehmungsblasen abgrenzen.

2. Fakten sind kompliziert

So weit so gut – aber auch so pauschal. Denn die Sache scheint komplizierter.⁶ Kurz vor Weihnachten kritisierte „WOZ“-Redakteur Kaspar Surber den seit den US-Wahlen grassierenden Factchecking-Aktionismus. Ihm liege ein für die Branche typischer „unterbeleuchteter Realitätsbegriff“ zu grunde. Man glaube: „Die Fakten gibt es per se, sie müssen bloss noch überprüft werden.“⁷ Unterbeleuchtung? Klagelieder? Verwunderung? Grundlegende Fragen stellen sich so dringlich wie lange nicht mehr: Was sind Fakten im Journalismus, woher kommen sie und wie werden sie gemacht?

3. Die Fakten wurden mit dem Anzeigengeschäft geboren...

Zeitungen waren hundert Jahre alt, klein und kurz, als der 23-jährige Drucker New Yorker Drucker Benjamin Day 1833 eine neue Idee hatte.

Die bestehenden Blätter waren mit einem Preis von sechs Pennys vergleichsweise teuer und zumeist nur im Jahresabo erhältlich, sie richteten sie sich an Kaufleute und Politiker. Entsprechend bescheiden war ihre Auflage von bloss 2.000 bis 3.000 Stück. Sie waren typischerweise nur vier Seiten lang und wurden von Politikern und

Druckern herausgegeben. Die Schreiber waren nicht mehr als abhängige Sekretäre, Fakten interessierten sie weder in den Anzeigen noch den politischen Streitschriften, mit welchen sie ihre Kontrahenten angriffen. Doch die meisten Menschen lasen ohnehin keine Zeitungen.⁸

Day wollte das ändern, indem er seine „New York Sun“ zum Einzelpreis von einem Penny verkaufte. Sie sollte „all the news of the day“ und Werbung für die Masse verkaufen. Die Idee schlug ein: Zwei Jahre später betrug die Auflage der Sun 19.360 Stück. Die kleine, teure Partei- oder Anzeigenpresse, die sich an Wirtschafts- und Politikelite richtete, war bereits 60 Jahre darauf überholt. Auf die Masse ausgerichtet, sollten die Geschichten, welche diese neue „Penny Press“ erzählte, Leserinnen und Leser aller Schichten, Glaubensrichtungen und politischer Lager ansprechen. Demokratie und freie Marktwirtschaft gehörten zusammen wie nie zuvor. Deshalb brauchten die Zeitungsmacher Fakten. „Die Welt hat genug von Priestern und Predigten; heute fragt sie nach Fakten“, schrieb der US-Autor Clarence Darrow in einem Essay 1893⁹. Doch Fakten waren damals ganz allgemein: einfache Tatsachen. Die Sekretäre mussten bloss rausgehen, sie einsammeln und präsentieren. Diese Präsentation hatte zwar eine Moral. Doch auch die war einfach: Sie ergab sich selbstverständlich aus den wo und wie auch immer gesammelten Fakten.¹⁰

4. Fakten veränderten die Menschheit.

Diese Vorstellungen lagen in einem neuen Selbstbewusstsein begründet, welches um 1900 den Weg aus wissenschaftlichen und philosophischen Diskursen in den Journalismus gefunden hatte. Gut 100 Jahre nach Immanuel Kants aufklärerischer Forderung „Sapere aude!“ und 60 Jahre nach Schopenhauers Welt als Wille und Vorstel-

¹ Inserat des Verbands Schweizer Medien, Mitteilung vom 10. März 2017: <http://www.schweizermedien.ch/artikel/news/kampagne-gegen-fake-news>

² Pietro Supinos Rede vom 10. Januar 2017, Dreikönigstagung: <http://www.schweizermedien.ch/SCHM/media/SCHMMediaLibrary/>, Dreikönigstagung/DK17/170110_Dreikönigstagungsrede_2017_Dr-Pietro-Supino.pdf

³ Stefan Betschon: „Fehler und Falschmeldungen“ NZZ, 15.11.2016: <https://www.nzz.ch/meinung/kolumnen/social-media-fehler-und-falschmeldungen-ld.128348>

⁴ Constantin Seibt: „Fakten? Fuck.“ Tages-Anzeiger, 16.11.2016: <http://www.tagesanzeiger.ch/ausland/amerika/Fakten-Fuck/story/20953277>

⁵ Michèle Binswanger: „Die Moral der Nationalisten“ Tages-Anzeiger, 15.11.2016: <http://www.tagesanzeiger.ch/ausland/amerika/Die-Moral-der-Nationalisten/story/21626916>

⁶ Freimütige These des Autors, die nur eben belegt werden soll.

⁷ Kaspar Surber: „Faktencheck!“ WOZ, 22.12.2016. <http://www.woz.ch/1651/auf-alien-kanaelen/faktencheck>

⁸ Michael Schudson: Discovering the News (1978), S. 14–16.

⁹ Michael Schudson: Discovering the News (1978), S. 73.

¹⁰ Michael Schudson: Discovering the News (1978), S. 87.



Ceci n'est pas un président.

Leifarth

Eine Anlehung an René Magritte: Nicht jeder Präsident ist faktisch ein Präsident

lung war der Mensch ein anderer, stärker.

Er war nicht mehr passiv, beeinflussbar und von seiner Umgebung geformt. Es war ihm nun möglich, ein willensstarkes, durchsetzungsfähiges, aktives „Genie der Beobachtung“ zu sein, indem er seine Schwächen anerkannte. Zudem hatten die Französische Revolution und die Umwälzungen von 1848 neue politische Handlungsformen möglich und wünschbar gemacht. Mit den Zeitungen war auch der Mensch mächtiger geworden.¹¹

5. Fakten verloren ihre Unschuld im Ersten Weltkrieg.

Doch die Zuversicht, dass ein Journalist – ein Mensch überhaupt – mit blosser Willenskraft die Fakten finden und abbilden konnte, wurde bald wieder zerzaust. Das hatte nicht nur mit Sigmund Freuds Thesen zum Unbewussten zu tun, sondern besonders mit dem Ersten Weltkrieg: Nach Lord Herbert Kitcheners britischem Vorbild¹² baute auch US-Präsident Wilson einen Propagandaapparat aus „Presseagenten“ auf, der die Meinung der Amerikanerinnen und Amerikaner gezielt beeinflussen sollte und nicht nur 6.000 Pressemitteilungen versandte, sondern auch 75.000 „Vierminutenmänner“ einstellte, die in Kinos und auf öffentlichen Plätzen kurze Reden hielten.¹³

Die Arbeit dieser „Presseagenten“ weitete sich nach dem Krieg schnell auf andere Geschäfte aus und ernüchterte die Zeitungsmacher. Der Journalist Walter Lippmann warnte daher, dass die Krise der westlichen Demokratie eigentlich eine Krise des Journalismus war. „Wo die Neuigkeiten aus zweiter Hand kommen, wo die Zeugenschaft ungewiss ist, wird... der ganze Bezugsrahmen der Gedanken zu dem, was jemand behauptet. Nicht was wirklich ist.“¹⁴

6. Fakten sind begründete Aussagen

Lippmann, der selbst für die US-Regierung gearbeitet hatte, verstand, dass nun zwei Fragen beantwortet werden mussten: Wie würden Journalisten ihre Arbeit wieder ernst nehmen können? Und wie würden sie dabei auch von ihrer Leserschaft ernst genommen? Seine Antworten fand er in der Wissenschaft: „In einer Welt, die so vielfältig ist wie die unsrige gibt es nur eine mögliche Art der Einheit. Statt der des Ziels ist es die Einheit der Methode; die Einheit des disziplinierten Experiments.“¹⁵

Lippmann war nicht der erste, der sich eine klarere Quellenangabe in Artikeln oder eine einheitliche Ausbildung starkmachte. Aber er fand, dass die Journalisten nicht vor den Interessen der kapitalistischen Verleger, sondern vor sich selbst geschützt werden mussten. Er war auch nicht so naiv zu glauben, dass eine objektive, uninteressierte Berichterstattung möglich war. Aber gerade wegen dieser unvermeidbaren Subjektivität der Journalisten forderte er eine Objektivität der Arbeit: Trennung von Bericht und Kommentar oder transparente Quellenangaben.¹⁶

7. Fakten haben eigene Wahrheiten

Zwanzig Jahre später, mitten im Zweiten Weltkrieg beauftragte der „Time“-Verleger Henry Luce eine Gruppe Intellektueller, einen Bericht über den Zustand der US-Presse zu verfassen. 1947 folgte ihr Fazit: Die Pressekonzentration sei zu hoch, einige Verlage viel zu mächtig. Obwohl ihre Bedeutung für die Gesellschaft hoch sei, sei ihr Dienst an dieser ungenügend. Lügen würden sich zu schnell verbreiten lassen. „Es ist nicht mehr genug, den Fakt wahrheitsgemäß zu berichten. Es ist nun notwendig, die Wahrheit über den Fakt zu berichten.“¹⁷

Die Autoren um den Erziehungsphilosophen Robert Hutchins sahen die Pressefreiheit gerade durch die schlechte Arbeit der Presse selbst bedroht. Nicht fremde Mächte, sondern sie selbst setzte die eigene Glaubwürdigkeit aufs Spiel.¹⁸ Sie erkannten: Wenn Fakten mehr als blosse Aussagen über die Welt sein sollten, brauchten Medien eine Waffe, um sich von Lügen und Behauptungen abzugrenzen. Diese Waffe mussten sie konsequenterweise gegen sich selbst richten – Selbstregulierung. Darunter verstanden die Autoren aber nicht nur ein Qualitätslabel, sondern auch Freiheitslegitimation. Sie glaubten: Wenn die Medien sich nicht selbst regulierten, würden sie früher oder später von der Gesellschaft – der Politik – reguliert werden.¹⁹

8. Die Schweizer kümmerten Fakten erst als fremde Richter drohten

Diese Ahnung von Hutchins war nicht unbegründet. Wenn der freie Markt es nicht schaffte, die Fakten zu sichern, würde sich eben die Politik darum kümmern. Nach dem Ende des Zweiten Weltkriegs erliess eine Subkommission der UNO einen Entwurf für einen internationalen journalistischen Ehrenkodex. Dieser „Versuch, Begriffe wie zum Beispiel der objektiven Wahrheit gültig umschreiben zu wollen“, wie ihn Dr. Richner, Zentralpräsident des Vereins der Schweizer Presse an der GV von 1949²⁰ nannte, kam in der Schweiz nicht gut an. Pressefreiheit sei Faktenfreiheit, sagte er.

Der Druck der Vereinten Nationen und zunehmende PR-Tätigkeiten der Wirtschaft führte zu Beginn der Fünfzigerjahre dennoch zum Einsatz einer Sonderkommission, die aber vorerst keinen Kompromiss fand. Anders als in den USA war die Schweizer Presselandschaft zu diesem Zeitpunkt immer noch stark von der kleinen Gesinnungs- und Parteipresse mit klarer aber

¹¹ Lorraine Daston & Peter Gallison: Objektivität (2007), S. 208–215.

¹² Tim Wu: The Attention Merchants (2016), S. 37–42.

¹³ Michael Schudson: Discovering the News (1978), S. 142.

¹⁴ Walter Lippmann: Liberty and the News (1920). S. 5.

¹⁵ Walter Lippmann: Liberty and the News (1920). S. 67.

¹⁶ Michael Schudson: Discovering the News (1978), S. 6.

¹⁷ Robert D. Leigh: A Free and Responsible Press. Hutchins Report (1947), S. 22.

¹⁸ Robert D. Leigh: A Free and Responsible Press. Hutchins Report (1947), S. 68.

¹⁹ Robert D. Leigh: A Free and Responsible Press. Hutchins Report (1947), S. 1.

²⁰ Schweizer Presse, 1949.

transparenter politischer Positionierung geprägt, in welcher Kommentar und Information häufig vermischt wurden. Bis Anfang der 1960er-Jahre fielen zwei Drittel der hiesigen Publikationen in diese Kategorie. Die wenigen politisch neutralen Generalanzeiger im US-Stil wie die „Tribune de Genève“ oder der „Tages-Anzeiger“ waren noch keine abwechslungsreichen Forumszeitungen, sondern farblos neutral „niemandem zu lieb und niemandem zu leid“.²¹

9. Der „Blick“ half den Fakten auf die Beine

Erst Ende der Sechzigerjahre, erst nachdem mit dem Blick die „Sensationspresse“ die Schweizer Presselandschaft aufgewühlt hatte, stieg die Sorge um die Zeitung, die viele Journalisten als „bloss absatzorientierte Ware“²² von der Kommerzialisierung bedroht sahen. Das Bewusstsein wuchs, dass Fakten nicht einfach da waren, sondern mit einer Vereinbarung hart gemacht werden mussten. Am 17. Juni 1972, genehmigten die Schweizer in Form der Delegiertenversammlung des Vereins Schweizer Presse ihre eigenen „Erklärungen der Pflichten und Rechte des Journalisten“. Die erste Pflicht des Kodexes lautete: „Er hält sich an die Wahrheit, ohne Rücksicht auf die sich daraus für ihn ergebenden Folgen, und lässt sich vom Recht der Öffentlichkeit leiten, die Wahrheit zu erfahren.“.

Damit verpflichtete sich der Schweizer Journalismus erstmals offiziell und gleichwohl unverbindlich pauschal der „Wahrheit“ – das Wort Fakten kannte der Kodex nicht. „Das war eine sehr allgemeine Formulierung, der ein absoluter Wahrheitsbegriff zu Grunde lag“, erinnert sich Peter Studer.²³ Der damalige Redaktor und spätere Chefredaktor von „Tages-Anzeiger“ und Schweizer Fernsehen war in den folgenden Jahren zusammen mit Roger Blum massgeblich daran beteiligt, dies zu än-



Anti-Fake-News-Kampagne des Verbands Schweizer Medien:
SVP-Nationalrätin
Nathalie Rickli als
Testimonial

dern. In den präzisierenden Richtlinien 2000/2001 zur Erklärung der Pflichten war deshalb erstmals vom Gebot der Wahrheitssuche die Rede.²⁴ „Wahrheit lässt sich kaum überprüfen, aber die Regeln der Wahrheitssuche sehr wohl“²⁵. Zu diesen Regeln gehören für ihn insbesondere die Gebote der Quellenüberprüfung (3), der Lauterkeit und Originalität der Quellen (4) und die Berichtigungspflicht (5).

Und nicht anders als vor 100 Jahren bei Walter Lippmann gilt daher heute: „Objektivität wird damit nicht am journalis-

tischen Endprodukt gemessen, sondern ist Merkmal der Vorgehensweise bei der Erkenntnisgewinnung“²⁶. Dabei ist inter-subjektive Nachprüfbarkeit zentral. So hat sich das journalistische Verständnis der Fakten dem juristischen angenähert, wo ganz einfach „als wahr gilt, wovon sich die zuständige juristische Behörde überzeugen konnte“.²⁷

10. Fakten kosten Geld

Wer sich als Leser oder Leserin eines Artikels nicht überzeugen lässt,

²¹ Matthias Künzler: Mediensystem Schweiz (2013), S. 207–208.

²² Schlusswort von Arnold Fisch am Tag der Schweizer Presse, 15. Januar 1969. Schweizer Presse, 1969.

²³ Telefoninterview vom 31. März 2017.

²⁴ Peter Studer: „Wahrhaftigkeit in den Medien“. In Alois Riklin: Wahrhaftigkeit in Politik, Wirtschaft und Medien (2004), S. 146.

²⁵ Telefoninterview vom 31. März 2017.26

²⁶ Michael Kunczik & Astrid Zipfel: Publizistik (2001), S. 282.

²⁷ Philippe Mastronardi: Juristisches Denken (2001), S. 198.

Journalismus. Faktenlage

braucht deshalb heute noch nicht gleich den Anwalt anzurufen. Der Presserat genügt noch immer in den meisten Fällen. Er ist damit nicht nur unkompliziertes Kontrollorgan, sondern auch glaubwürdiges Gütesiegel für Medien. Doch die Schweizer Institution, welche als erste den Faktengehalt der Medien überprüfen und kommunizieren sollte, kostet Geld. 216'000 Franken bezahlt die Trägerschaft bestehend aus impressum, syndicom, SSM, Verein Konferenz der ChefredaktorInnen²⁸, SRG und Verband Schweizer Medien jährlich.²⁹ Das reicht nicht mehr. „Der Aufwand steigt stetig, wir sind in ein strukturelles Defizit abgedriftet,“ sagt Geschäftsführerin Ursina Wey.³⁰ Doch nicht nur die Finanzkraft, auch die Berichterstattung über die Stellungnahmen des Presserats ist knapper. Für Wey hat dies auch mit dem Abbau der Medienberichterstattung in vielen Schweizer Zeitungen zu tun. Man prüfe einen Ausbau der eigenen Kommunikationsaktivitäten, suche den Dialog mit den Redaktionen und zusätzliche Geldquellen. Auch wenn sie den Presserat finanziell unter Druck sieht, auf die Fakten hatte dies bisher noch keine messbare Auswirkung. Während die Beschwerden beim Presserat bezüglich der obengenannten Gebote in den letzten Jahren stetig angestiegen sind, haben seine ausgesprochenen Rügen nicht im selben Mass zugenommen.³¹ Der Presserat fungiert also eher als glaubwürdiger Verteidiger journalistischer Fakten in Zeiten zunehmenden Zweifels.³²

11. Fakten sind immer noch robust...

Diese Robustheit der Fakten konstatiert auch Philipp Sarasin, Wissenschaftshistoriker an der Uni Zürich.³³ Ein Fakt existiere zwar immer in einem sozialen Kontext. Wir hätten keinen direkten, unverstellten

und unvermittelten Zugang zur Welt und glaubten daher auch nicht an eine absolute, objektive Wahrheit. „Das heisst aber nicht, dass Fakten beliebig sind.“ Auch wenn jeder Fakt bloss das Resultat einer Argumentationskette sei: „Es gibt einen allgemeinen – vielleicht auch nur abendländischen, westlichen – Rationalitätsstandard, der auf Regeln beruht und das Resultat von Erkenntnisarbeit und Methoden ist“. Natürlich transportierten vor dem Hintergrund dieser Erkenntnisarbeit Massenmedien Annahmen über eine bestimmte Sicht auf die Welt. „Aber was ist die Alternative?“ Verschwörungstheoretiker würden diese Rationalitätsstandards ignorieren. „Sie machen das Feld immer wieder ganz auf, von Null“. Damit würden sie aber Chaos fördern und Gesellschaft zerstören. „Und im Chaos entsteht das autoritäre Bedürfnis nach jemandem, der einem sagt, wie es ‚wirklich‘ ist.“

12. Fakten sollten nicht mehr kosten.

Wenn Chaos durch die Verletzung von etablierten Regeln entsteht, beruht die Stärke der Schweizer Fakten neben dem teuren Justizapparat ganz besonders auf der Stärke des Presserats, welcher die Regeln bestimmt und überwacht.³⁴ Deshalb möchte dieser wieder sichtbarer werden; Indem er mit Publikationen wie der „Weltwoche“ oder der „Basler Zeitung“, die seine Stellungnahmen nicht veröffentlichten, den Dialog sucht. Indem er direkt online kommuniziert, präsenter ist in sozialen Medien. Oder indem er häufiger selbst aktiv wird und nicht hauptsächlich erst auf Beschwerden reagiert.

Deshalb ist Geschäftsführerin Wey wichtig, dass der Presserat breit abgestützt und auch durch die Verleger im Verband Schweizer Medien getragen ist.³⁵ Diese

machten letzten Herbst einen geplanten Zahlungsstopp ihres Beitrags wieder rückgängig. „Das war kommunikativ ungeschickt“³⁶, sagt Geschäftsführer Andreas Häuptli heute. Ein Austritt aus dem Presserat sei nie zur Debatte gestanden, blass die Form der Finanzierung. Den Verlegern ist bewusst: „Wir müssen die Rolle der Medien besser erklären“. Dies geschieht zurzeit mit der Anti-Fake-News-Kampagne und soll künftig durch ein Engagement für fundierte Medienkompetenzausbildung an Schulen unterstützt werden. Die Fakten selbst, welche der Verband als „überprüfbare, komplette Informationen von vertrauenswürdigen Quellen“³⁷ versteht, dürfen vorerst nicht mehr kosten. Den Abbau der Medienberichterstattung, welcher dem Presserat Aufmerksamkeit und Wirkung gekostet hat, muss der Presserat mit eigener Kommunikation kompensieren. Eine Lösung fürs Finanzierungsproblem muss er selbst finden³⁸.

Eintracht demonstriert man hingegen mit der Anti-Fake-Kampagne, in welcher auch Presserat-Stiftungsratspräsident Markus Spillmann auftritt. Doch ungenaue Arbeit kann auch die Kampagne nicht übermalen: In einem Testimonial von Prof. Dr. Otfried Jarren³⁹ schaffte ein überflüssiger Leerschlag einen Tippfehler mit Symbolkraft, der auch vorhandene Spannungen in der Branche illustriert⁴⁰: Statt von Medien sprach Jarren nämlich von „Medien“.

PASCAL SIGG

ist freier Journalist in Zürich und Mitgründer des Online-Magazins „Coup“.

pascal.sigg@mykolab.ch



²⁸ Edito Nr. 1/2017, S. 7.

²⁹ Telefoninterview vom 17. März 2017.

³⁰ Jahresberichte des Presserats seit 2006, www.presserat.ch

³¹ Freimütiger Schluss des Autors

³² Interview vom 28. März, 2017.

³³ Freimütiger Schluss des Autors

³⁴ Telefoninterview vom 17. März 2017.

³⁵ Telefoninterview vom 31. März 2017.

³⁶ Email von Andreas Häuptli, 5. April 2017

³⁷ Gemäss Ursina Wey im Edito 1/2017, S. 7 prüft man eine Teilfinanzierung durch die öffentliche Hand.

³⁸ Tages-Anzeiger vom 27. März 2017.

³⁹ Interpretation von Andreas Häuptli, Telefoninterview vom 31. März 2017.