



netzwerk
recherche

nr-Konferenz

**Fact-Checking: Fakten finden, Fehler vermeiden
am 27. und 28. März 2010 in Hamburg**

Texte zur Konferenz

Journalismus ohne Fehler gibt es nur selten. Aber es gibt Mittel, die Zahl der falschen Aussagen so gering wie möglich zu halten: Irrtümer kann vermeiden, wer gezielt nach Unstimmigkeiten fahndet. Dieses „Fact-Checking“ gehört zur sorgfältigen Arbeit eines jeden Journalisten. Doch manche Redaktionen haben dafür eigenes Personal angestellt. Im Schatten der Autoren arbeiten jene Sekundanten daran, Fakten zu sammeln und Fehler aus der Berichterstattung zu sieben. Die nr-Konferenz richtet gezielt den Blick auf die Arbeit der „Fact-Checker“. Drei Fragen stehen dabei im Mittelpunkt:

- Wie können Journalisten von Erfahrungen der Fehler-Profis lernen?
- Was sind die Vorteile und wo liegen die Schwierigkeiten der Arbeit von Fact-Checkern?
- Warum brauchen wir im Zeitalter von Wikipedia und Online-Nachrichten professionelle Fakten-Kontrolle?

**weitere Informationen auf
www.factchecking.de**

Die vorliegenden Materialien dienen ausschließlich zur Information der Konferenzteilnehmer

Zielsetzung

Zielsetzungen für das „netzwerk recherche“

1. Das „netzwerk recherche“ verfolgt das Ziel, die journalistische Recherche in der Medien-Praxis zu stärken, auf ihre Bedeutung aufmerksam zu machen und die intensive Recherche vor allem in der journalistischen Ausbildung zu fördern.
2. Zu diesem Zweck entwickelt das „netzwerk recherche“ Ausbildungskonzepte für die Recherche-Ausbildung, vermittelt Referenten und berät Institutionen der journalistischen Aus- und Weiterbildung in der Gestaltung und Umsetzung entsprechender Ausbildungskonzepte. Das „netzwerk recherche“ veranstaltet zudem eigene Recherche-Seminare sowie Modellseminare zu verschiedenen Themen.
3. Das „netzwerk recherche“ bietet ein Recherche-Mentoring für jüngere Kolleginnen und Kollegen an, um in einem intensiven Beratungs- und Austauschprozeß über jeweils ein Jahr einen entsprechenden Wissens-Transfer von erfahrenen Rechercheuren zu interessierten Kolleginnen und Kollegen zu organisieren.
4. Das „netzwerk recherche“ fördert den umfassenden Informationsaustausch zum Thema „Recherche“ und bietet seinen Mitgliedern entsprechende Foren an. Im Internet wird durch entsprechende newsletter die Kommunikation untereinander gefördert. Der Austausch über Projekte, konkrete Recherche-Erfahrungen etc., aber auch der Hinweis auf Weiterbildung und entsprechende Serviceangebote soll hier möglich sein.
5. Das „netzwerk recherche“ beteiligt sich am internationalen Austausch entsprechender Journalisten – Organisationen in Europa und in Übersee.
6. Das „netzwerk recherche“ vergibt einmal im Jahr einen Preis für eine aussergewöhnliche Recherche-Leistung, die Themen und Konflikte beleuchtet, die in der Öffentlichkeit bislang nicht oder nicht ausreichend wahrgenommen wurde: Der Leuchtturm – Preis für besondere publizistische Leistungen.
7. Die Mitglieder des Netzwerkes setzen sich dafür ein, dass die Möglichkeiten der Recherche nicht eingeschränkt werden. Das „netzwerk recherche“ äußert sich öffentlich zu Fragen der Recherche und der Bezüge zur journalistischen Qualität, wenn Begrenzungen oder Einschränkungen der Pressefreiheit festgestellt werden.
8. Das „netzwerk recherche“ arbeitet mit anderen Journalisten Organisationen und Gewerkschaften zusammen, die im Grundsatz ähnliche Ziele verfolgen und ebenfalls dazu beitragen, den Aspekt der Recherche im Journalismus stärken um so die Qualität der Medien insgesamt zu verbessern.
9. Das „netzwerk recherche“ trifft sich einmal im Jahr zu einem Jahres-kongress und erörtert jeweils aktuelle Tendenzen im Umfeld des „Recherche-Journalismus“ und setzt sich hier mit zentralen Themen im Zusammenhang mit der journalistischen Recherche und konkreten Fallbeispielen auseinander. Jedes Jahr wird ein „Infoblocker“ aus Politik oder Wirtschaft mit der „Verschlossenen Auster“ ausgezeichnet. Regionale Untergliederungen ermöglichen den Austausch in bestimmten Regionen.
10. Das „netzwerk recherche“ ist politisch unabhängig und verfolgt ausschließlich gemeinnützige Zwecke. Der Zusammenschluß der Journalisten hat den Status der Gemeinnützigkeit erhalten. Die laufende Arbeit und die Projekte des „netzwerkes“ werden durch Spenden und Mitgliedsbeiträge (mindestens 60 Euro im Jahr) finanziert.

Qualitäts-Katalysator Recherche: Leitlinien für einen wirksamen Recherche-Journalismus

1. Recherche als Lebenselixier des Journalismus begreifen

„Die Recherche ist die Kür des Journalismus: Nur so erfahren die Menschen von Ereignissen, die ohne die Mühe des Journalisten niemals ans Licht gekommen wären. Keine journalistische Aufgabe ist schwieriger, aber auch so abhängig von Zufällen, vom Glück – und von einer detektivischen Kleinarbeit. Nur der Fleißige und Couragierte nimmt sie auf sich.“

Wolf Schneider und Paul-Josef Raue bringen in ihrem Standardwerk „Handbuch des Journalismus“ unfreiwillig das Dilemma auf den Punkt: Nach wie vor wird bei vielen Sendern, Verlagen und in den Köpfen vieler Journalisten die Recherche als Kür und nicht als journalistische Pflicht begriffen.

Dabei ist Recherche unabdingbar mit seriösem Journalismus verbunden, sie ist seine Grundlage, sein Lebenselixier. Ohne Recherche würde der Journalismus zum Transmissionsriemen der PR verkommen, seine Sorgfaltspflicht nicht erfüllen und seine Glaubwürdigkeit verlieren. Journalismus muss sich von PR und Werbung abgrenzen, um seine Existenzberechtigung zu garantieren.

Die Konsequenz: Recherche muss für Journalisten, Verlage und Sender wieder selbstverständlich sein und in den Arbeitsalltag sinnvoll integriert werden: „So wie ein Fliesenleger Fliesen legt, muss ein Journalist recherchieren“ sagt ein erfahrener Rechercheur, für den Recherche klassisches Handwerk ist.

2. Recherche in den Köpfen der Journalisten verankern

Die Recherche setzt immer eine aktive Rolle des Journalisten voraus, er ist mehr als nur ein passiver Informationsempfänger. Viele Journalisten geben sich jedoch – wenn überhaupt – mit der täglichen „Ergänzungs-Recherche“ zufrieden. Immer mehr sehen im Journalismus einen technischen Beruf, der angeliefertes Material zielgruppengerecht für das jeweilige Medium verpackt. Studien zufolge sind viele Journalisten in Deutschland an Recherche und auch an Recherche-Ausbildung nicht interessiert. Wenn überhaupt, dann wollen viele nur Tricks und Tipps, wie der Job schneller und besser erledigt werden kann. Recherche ja – aber bitte in Form des Zaubertricks, des Vademecums für Faule. Recherche-Defizite werden selten eingestanden („Recherche kann man doch“).

Der Journalist, der aus eigener Kenntnis, Anschauung und Sachverhaltsklärung auf der Grundlage eigener Recherchen seine journalistischen Aufgaben bewältigt, wird zunehmend abgelöst von schnellen, technisch versierten Nachrichten- und Materialverwertern.

Die Konsequenz: Die Recherche muss wieder intensiver in den Köpfen der Journalisten verankert werden. Die Aufgabe des Journalisten liegt nicht im passivem Empfang und der Weitergabe von Informationen, sondern in aktivem und verantwortlichem Handeln, das eine kritische Überprüfung von Informationen und Quellen voraussetzt.

3. Sender und Verlage in die Recherche-Pflicht nehmen

Die Verantwortung für einen seriösen Journalismus, der nicht nur informiert und Meinung bildet, sondern auch kritisiert und kontrolliert, liegt nicht nur bei den einzelnen Journalisten, sondern insbesondere auch bei den Verantwortlichen in Verlagen und Sendern. Sie stehen in der Pflicht, die für den Journalismus konstitutive Recherche zu ermöglichen, zu stützen und auszubauen.

Erfolgreiche Rechercheure sind – so die Befunde einer aktuellen Studie mit dem Titel „Die Deutschland-Ermittler“ – in der Regel Individualisten, Einzelkämpfer, auf sich allein gestellt. Es gibt kaum institutionalisierte Unterstützung der Recherche in den Redaktionen. Rechercheleistung wird, wenn überhaupt, oft nur unzureichend honoriert. Hier liegt mittel- und langfristig das größte Defizit bei der Verankerung der Recherche.

Die Konsequenz: Die Verantwortlichen in den Medienunternehmen müssen in die Recherche-Pflicht genommen, die institutionelle Absicherung der Recherche muss gefördert werden – durch Bereitstellung von Archiven, Schulungen, Research-Abteilungen, materielle, ideelle und juristische Unterstützung.

4. Recherche im redaktionellen Alltag verankern

Die Anforderungen an die Recherche-Leistungen wachsen und müssten eigentlich zu einer Renaissance der Recherche führen. In Zukunft wird der Bedarf an Einordnung von vorhandenem Wissen und Informationen noch zunehmen: Stimmt die Information der Agenturen, woher kommt der Spin` der jeweiligen News, welche werblichen Botschaften sind in der Nachricht verpackt? Sind die Ansprüche an Vollständigkeit und Relevanz erfüllt? Die künftig noch wichtigeren Validitäts-Prüfungen benötigen verbesserte Recherche-Ressourcen.

Konsequenz: Insbesondere die verlässliche Alltags-Recherche wird immer wichtiger und muss gefördert werden. Auf diese Anforderung müssen sich die Redaktionen einlassen und entsprechende Investitionen in die human resources vornehmen. Die Recherche-Ausbildung und die Entwicklung von innovativen Mentoren-Programmen und Trainings müssen vorangetrieben werden. Es muss eine Renaissance der Weiterbildung in den Redaktionen geben. Eine ausführliche Erläuterung von produktiven Recherche-Ausbildungsformen stehen in einem separaten Papier, das Bestandteil dieses Strategie-Entwurfs ist (vgl. Anlage Papier – Recherche-Trainings).

5. Neue Recherche-Berufe und Recherche-Teams etablieren

Eine neue Validitäts-Kultur ist nötig. Zwar gibt es das berühmte SPIEGEL-Archiv, große Dokumentar-Abteilungen und vereinzelt Recherche-Teams bei Verlagen und Sendern. Aber dies sind nur kleine Inseln des controllings. Künftig sollte das System der Faktenkontrolle ergänzt werden durch den Aufbau neuer Recherche-Berufe. Mit der

Zuarbeit von etablierten Rechercheuren in die Redaktionspraxis könnte ein Funke auf den „alltäglichen“ Journalismus überspringen.

Die Konsequenz: Neue Modelle der Faktenkontrolle sollten erprobt, neue Recherche-Berufe und Recherche-Teams etabliert werden. Die fehlende Arbeitsteilung und Spezialisierung in deutschen Redaktionen, die den Journalist zum überforderten Allrounder macht, muss überdacht werden. Themenspezialisierung und Teamgeist müssen intensiver erprobt und redaktionell verankert werden.

6. Ökonomische Chancen von Recherche vermitteln, Marketing-Versprechen überprüfen

Recherche lohnt sich – das muss vermittelt werden. Nicht nur für eine funktionierende Demokratie, sondern auch wirtschaftlich, für Verlage und Sender.

Recherche wird von journalistischen Entscheidern jedoch nicht gezielt gefördert, weil diese kein konkretes Bild der Erfolgseffekte haben und die Operationalisierung dieser Führungsaufgabe scheuen. Dabei liegen die Erfolgseffekte auf der Hand: Exklusiv-Recherchen schaffen Nachrichten, und Nachrichten bedeuten Aufmerksamkeit und Imagegewinn für ein Medienunternehmen. Mehr Recherche fördert zudem die Team-Arbeit in den Unternehmen und die Synergie zwischen den Ressorts. Und: Erfolgreiche Recherchen motivieren und stiften Identität unter Autoren und Redakteuren. Im Zeitalter der Digitalisierung und Differenzierung im Medienbereich wird Recherche zum zentralen Unterscheidungsmerkmal und zum Werttreiber für Medienunternehmen.

Für Sender, Verlage und Medienakteure ist Recherche jedoch oft nur Marketing-Instrument, ein Aushängeschild, mit dem man werben kann. Aber der wie eine Monstranz getragene Anspruch hat in der beruflichen Praxis oft keine Folgen.

Die Konsequenz: Dieser Widerspruch muss immer wieder klar gemacht, die Marketing-Versprechen an der Realität gemessen werden. Die Verantwortlichen in Verlagen und Sendern müssen von den Erfolgseffekten der Recherche überzeugt werden, damit Recherche mehr als nur Aushängeschild ist.

7. Selbstreflexion einfordern, Medienkritik fördern, Ethik-Vakuum erkennen

Die Selbstbespiegelung im Journalismus hat heute oft Vorrang vor der vernünftigen und angemessenen Selbstreflexion. Die selbstkritische Besichtigung der Branche, die Musterung von Macht und Ohnmacht, das Nachdenken über handwerkliche Fehler, die Korrektur von Pseudo-Skandalen, Fehleinschätzungen und Kumpanei, die Definition von Berufsstandards und seiner Herausforderungen haben keine Konjunktur. Journalistische Selbstverständnis-Debatten auf einem hohen Niveau, die nach neuen Leitbilder suchen, haben Ausnahmecharakter.

Zwei Beispiele: Die zentrale Debatte über die Rolle der Medien bei der vergangenen Bundestagswahl, die Rolle der Demoskopie als „inneres Gelände“ des Journalismus, wurde bis heute nicht gründlich diskutiert.

Bei der BND-Affäre betrieben Journalisten Stichflammen-Journalismus auch in eigener Sache. Die BND-Debatte über die Instrumentalisierung der Medien blieb bis heute unausgegoren. Es wurde nicht ausreichend thematisiert, wie die Nachrichten- und die Sicherheitsdienste Medien im Alltag vor ihren Karren spannen, wie Austauschbeziehungen und Manipulationen wirklich verlaufen.

Manche Skandale werden heute gezielt mit den Mitteln des negative campaigns gesetzt; Recherche-Journalismus sollte sich diesem Trend widersetzen und deutlich zwischen echten Skandalen und gemachter Skandalisierung unterscheiden.

Die Konsequenz: Journalisten sind oft blind in eigener Sache, sie kritisieren Gott und die Welt, machen aber in der Regel vor dem eigenen Berufsstand Halt. Alle Aktivitäten, die ein höheres Reflexionsniveau im Journalismus befördern könnten, sind daher zu fördern. Räume für hintergründige und kontroverse Debatten müssen geschaffen und Journalisten zur Selbstkritik – und falls nötig zu Korrekturen – ermutigt werden. Auch die Qualität der Medienkritik muss intensiver gepflegt und gefördert werden.

8. Wissenschaft mit der Medien-Realität konfrontieren

Die Kommunikationswissenschaften stehen bei der kritischen Reflexion der aktuellen Medienprozesse mit in der Verantwortung, kommen dieser jedoch oft nur mangelhaft nach. Bis auf wenige Leuchttürme der Forschung bleibt die Erkenntnisdichte über wichtige Prozesse dünn. Empirische Arbeiten speisen sich überwiegend aus bekannten Informationen.

Starke Kommunikationswissenschaften könnten wirksam zur Korrektur von Fehlentwicklungen beitragen und die Verankerung von Recherche im Journalismus fördern. Kommunikationswissenschaftler müssen sich stärker den relevanten Forschungsthemen widmen und ihre Forschungsergebnisse jenseits ihres eigenen Bereichs vermitteln.

Die Konsequenz: Die Empirie in den Kommunikationswissenschaften muss gefördert, die Wissenschaft stärker mit der beruflichen Realität konfrontiert werden. Dissertationen, Diplom- und Magisterarbeiten sollten vermehrt relevante Fragestellungen im Journalismus aufgreifen.

9. Recherche-Abstinenz beseitigen – verdrängte Themen auf die Agenda setzen

Die Recherche-Abstinenz im Journalismus führt zu erheblichen „weißen Flecken“ und Defiziten in der Berichterstattung. Einige Beispiele:

- Der deutsche Wirtschaftsjournalismus ignoriert zahlreiche, kritische Themen. In den elektronischen Medien geht Service vor Analyse. Die engen Verbindungen vieler Berichtersteller zu den Pressestellen und PR-Abteilungen machen oft blind für Fehlentwicklungen, Widersprüche, kritikwürdige Tendenzen. Selbst in der Politik- und in der Kulturberichterstattung gibt es einen größeren intellektuellen Freiraum und eine größere Pluralität (vgl. PR-Einfluss im Wirtschafts-Journalismus, manager magazin Nr. 05/07).
- Der gesamte Bereich der weitgehend intransparenten EU-Politik und der gleichzeitige Kompetenzverlust der Landespolitik werden in der Berichterstattung nur unzureichend analysiert. Selbst die Kritik des früheren Bundespräsidenten Roman Herzog (Wams, 1/07) verhallte im publizistischen Nichts.
- Das Gleiche gilt für den etablierten Hauptstadt-Journalismus. Wie hoch ist der Exklusivitäts-Anteil der großen Studios? Was wird zum Thema und wann? Wie halten die Berichtersteller die Balance zwischen Nähe und Distanz? Wie ist es um die Interview-Qualität bestellt? Auch auf der Berliner „Pfaueninsel“ ist mehr Recherche und weniger Chronisten-Begleitung gefordert.

- In der Doping-Berichterstattung waren die Defizite besonders sinnfällig. Auch hier zeigen sich die verheerenden Ergebnisse, wenn Sportfunktionäre, Sponsoren, Medienunternehmen und Politik eine Symbiose eingehen. Eigentlich wäre dies die Stunde des Journalismus.

Die Konsequenz: Durch mehr Recherche müssen Defizite in der Berichterstattung behoben werden. Mehr Recherche wäre ein Dienst an der Demokratie, weil wichtige Informationen, schwer zugängliche und kaum verständliche Themenfelder für das interessierte Publikum klarer würden und durch Kritik und Kontrolle der Handlungsdruck erhöht würde.

10. Recherche als Antwort auf die Herausforderungen erkennen

Der etablierte Journalismus steht vor gravierenden Herausforderungen. Viele Kunden melden sich ab, lesen keine Zeitung mehr, flüchten in den kommerziellen Medienkonsum und suchen Zerstreuung in zahllosen Entertainment-Angeboten. Parallel entwickelt sich eine nicht-journalistische Blogger-Szene, die das Tagebuch in neuer Weise kultiviert. Pod- und Vodcasting könnten den Radio- und Fernseh-Konsum revolutionieren und die Strukturen auf den Kopf stellen. Erste Pflänzchen von Citizen-journalism wachsen, auch als Protest gegen das „gesendete Nichts“, das viele Themen nicht mehr aufgreift. Die Misere des von Verdrängung und Pressekonzentration gebeutelten und örtlich betäubten Lokaljournalismus verstärkt diese Entwicklung. Unterhaltungs-dominiertes Sicherheitsfernsehen und Formatradio – mit publizistischen Programmen an den Randzonen oder in Spartenkanälen – treiben Zuschauer und Zuhörer zu kommerziellen Anbietern.

Die Erkennbarkeit des seriösen Journalismus in einer immer unübersichtlicher werdenden digitalen Medienwelt ist in Gefahr, die Auffindbarkeit wird zwischen User Generated Content, Werbeangeboten und Informationsmüll zum Problem. Der Kampf um die Aufmerksamkeit des Publikums wird härter. Gleichzeitig bieten die neuen technischen Entwicklungen neue Formen des Publizierens und neue Möglichkeiten und Quellen zur Recherche. Online-Recherche kann andere Methoden der Recherche – insbesondere die Recherche vor Ort – zwar nicht ersetzen, aber in einzelnen Themenfeldern bereichern.

Die Konsequenz: Für gut recherchierte Informationen, für Hintergrundberichte, für das Aufdecken von Zusammenhängen und das Aufzeigen von Missständen wird es auch in Zukunft ein großes Publikum geben – egal, wo publiziert wird. Recherche ist somit eine zentrale Antwort auf die Herausforderungen und auch die Bedrohungen des Journalismus. Recherche ist d e r Qualitäts-Katalysator für die Medien und sollte deshalb intensiv gefördert werden.

Der Einsatz für Recherche ist damit wichtiger denn je. Mit sinnvollen Instrumenten und überschaubaren Mitteln könnte viel erreicht werden.

Was bedeutet eigentlich „Fakt“?

Der Begriff *Fakt* ist lateinischen Ursprungs und von der englischen in die deutsche Sprache eingeflossen (vgl. Kluge/Seebold 2002: 272). Er bezeichnet im allgemeinen Verständnis „etwas, das tatsächlich, nachweisbar vorhanden oder geschehen ist“ (Brockhaus 2006: Bd. 8, 719) oder, in den Worten des Kommunikationswissenschaftlers Denis McQuail (1992):

„Facts can be considered as self-contained units of information in any account which claims to report on actual events or situations. A ‚fact‘ [...] should, in principle, be verifiable by reference to reliable sources or to other independent accounts“ (McQuail 1992: 205).

Faktisch ist demnach, was „mithin als verbürgt, als real, als *wahr* [k. i. O.]“ (Merten 2002: 36) gilt, was sich erhebt über „the distorting influences of any individual’s personal preferences“ (Schudson 1978: 6). In umgangssprachlichen und wissenschaftlichen Kontexten sind Fakten Merkmale der Wahrheit (vgl. Rheinberger 2007: 117), obwohl der lateinische Wortursprung *facere* so viel wie *machen* bedeutet, und somit vielmehr auf das *Gemachte* (vgl. Kluge/Seebold 2002: 272) verweist: „Verum ipsum factum“, heißt es bei dem Renaissance-Philosophen Giambattista Vico – „Das Wahre ist dasselbe wie das Gemachte“ (zit. n. Winter 1999: 52). Aus dieser Perspektive weist der Begriff *Faktum* auf das Gemachte im Sinne einer *Konstruktion* hin; folglich eben nicht auf das *Wahre*, das eindeutig *Reale* oder *Gegebene*, das eher zum Wortursprung und Assoziationsfeld der *Daten* gehört, welche als „Symbole, die noch nicht interpretiert sind“ (North 2002: 38), verstanden werden können.

BROCKHAUS (2006): Brockhaus Enzyklopädie in 21 Bänden. Wiesbaden, Brockhaus.

KLUGE, FRIEDRICH; HELMAR SEEBOLD (Hrsg.) (2002): Etymologisches Wörterbuch der deutschen Sprache, Berlin, De Gruyter.

MCQUAIL, DENIS (1992): Media performance: Mass communication and the public interest. London, Sage.

MERTEN, KLAUS (2002): Erzeugung von Fakten durch Reflexivierung von Fiktionen. In: Achim Baum; Siegfried J. Schmidt (Hrsg.): Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten. Konstanz, UVK Verlagsgesellschaft: 36 - 47.

NORTH, KLAUS (2002): Wissensorientierte Unternehmensführung: Wertschöpfung durch Wissen. Wiesbaden, Gabler.

RHEINBERGER, HANS-JÖRG (2007): Wie werden aus Spuren Daten, und wie verhalten sich Daten zu Fakten? In: Zürcher Jahrbuch für Wissensgeschichte (3): 117 - 125.

SCHUDSON, MICHAEL (1978): Discovering the news: A social history of american newspapers. New York, Basic Books.

WINTER, WOLFGANG (1999): Theorie des Beobachters. Skizzen zur Architektonik eines Metatheoriesystems. Frankfurt a. M., Verlag Neue Wissenschaft.

Handwerk-Journalismus I „Die Fehler-Finder – Fact-Checking im Journalismus“

mit Mathias Unger (Geo), Dr. Hauke Janssen (Der Spiegel), Jens Bergmann (brand eins), Friedhelm Greis (Wikipedia)
Moderation: Jürgen Webermann (NDR)

Besserwisser von Beruf

von Hanne Detel

„Fact-Checking ist wie der Besuch beim Zahnarzt“, sagt Journalist Jens Bergmann. „Man geht besser regelmäßig hin.“ Denn: Wie die Zahl der Löcher in den Zähnen, ist die der Fehler in Artikeln meist größer als gedacht. Im Spiegel sind es im Durchschnitt rund zehn pro Seite, die vor An- druck herausgesiebt werden.

In Deutschland setzen nur einige wenige Redaktionen wie Geo, Der Spiegel oder Brand Eins auf das Arbeitsmodell

Erklärung für den Ansturm: Das erste Mal überhaupt hat es das Thema Fact-Checking auf die Agenda einer Journalistenkonferenz geschafft.

Die Arbeit der Dokumentare beginnt vor dem eigentlichen Fact-Checking. Bei Brand Eins kommen sie bereits bei den Themenvorschlägen zum Einsatz, um deren Exklusivität zu überprüfen. Beim nächsten Schritt, der Materialsammlung, unterstützen auch Unger und Janssen ihre schreibenden



nach angelsächsischem Vorbild, Journalisten so genannte Dokumentare oder Fact-Checker zur Seite zu stellen. Zwei dieser „Faktenprüfer“ sind Mathias Unger (Geo) und Hauke Janssen (Der Spiegel). Beide befragte der Moderator Jürgen Webermann (NDR) am Freitagnachmittag auf dem Podium „Die Fehler-Finder – Fact-Checking im Journalismus“ zu ihrem Handwerk. Organisator Bertram Weiß hatte außerdem Jens Bergmann (Brand Eins) als Vertreter der journalistischen Seite und Wikipedia-Mitarbeiter Friedhelm Greis eingeladen – die Alibifrau fehlte. Das Interesse an der Veranstaltung war groß, der Konferenzraum zu klein. Gut die Hälfte aller Gäste musste draußen bleiben. Eine mögliche

Kollegen. So sollen die Geschichten mit Fakten aufgeladen werden. Aufforderungen wie: „Sag mir mal alles über die Gesundheitsreform“ kommen laut Bergmann bei Dokumentaren jedoch nicht gut an. Ein bisschen konkreter müssten die Wünsche von Autoren und Redakteuren schon formuliert sein.

Von der zehnsseitigen Reportage bis zur Kurzmeldung – die Fehler-Finder beim Spiegel und bei Geo kontrollieren jeden Artikel im Heft. Bei Spiegel Online wird laut Janssen nur ein kleiner Teil der Texte überprüft, denn für lange Korrekturen ist keine Zeit.

Für Artikel der Print-Ausgabe hat Janssen mal zwei Wochen, mal nur eine Stunde Zeit. Das Prinzip sei aber immer das gleiche: erst alle Fakten unterstreichen, dann diese einzeln überprüfen. Dabei mache eine Reise-Reportage wegen der geringeren Fakten-Dichte weniger Arbeit als ein nachrichtliches Stück.

Zu den häufigsten Fehlern gehören falsch geschriebene Vornamen („Günther oder Günter“) und unrichtige Altersangaben. „Zum Teil sind aber richtig große Dinger dabei“, sagt Janssen. Aufgabe beim Fact-Checking sei auch das Ersetzen von so genannten Platzhaltern. „Ein Journalist hat früher immer Daisy oder Donald geschrieben, wenn er einen Vornamen nicht wusste“, erzählt Janssen. „Das weiß man dann irgendwann.“ Auch Unger kennt die Schwächen der Menschen, mit denen er arbeitet: „Die Grafiker bei Geo zeichnen zwar klasse Karten, aber mit dem Schreiben von Straßennamen haben sie ab und zu ihre Probleme.“

Aussagen von Informanten müssen einem Plausibilitäts-Check standhalten. Dafür werden oftmals Tonbänder erneut abgehört oder die Notizen der Journalisten zu Rate gezogen. In Ausnahmefällen nehmen die Fehler-Finder dafür nochmals direkten Kontakt mit den Informanten auf, jedoch nur in Absprache mit der Redaktion.

Trotz aller Gründlichkeit rutschen unter Zeitdruck manchmal Fehler durch. So habe ein Journalist einmal ein falsches Zitat eines Ministers als Platzhalter in seinen Text geschrieben, erzählt Janssen. Dieses klang jedoch authentisch und wurde beim Faktencheck übersehen.

In der Welt von Wikipedia funktioniert die Fehlersuche nach anderen Prinzipien: Im Unterschied zur Faktenkontrolle bei Zeitschriften gehen Hobby-Fact-Checker bei dem Web-

lexikon laut Greis erst nach der Publikation eines Artikels an die Arbeit. Dabei dienen Wikipedia Tausende von Nutzern als Dokumentare und Autoren – darunter Experten, die so manchen kleinen Fehler finden. Auch gibt es für einzelne Themengebiete „Qualitätssicherungsteams“, die Fakten prüfen. Die Nutzer müssen also Geduld haben, denn die Texte werden meist erst im Laufe der Zeit besser.

In vielen Redaktionen ist Wikipedia tabu – zu unsicher, heißt es. Und das nicht erst, seitdem Wirtschaftsminister Karl-Theodor zu Guttenberg dort einen elften Namen hinzugedichtet bekam, der dann auf sueddeutsche.de und Co. Karriere machte. Unger und Janssen sind dem Weblexikon gegenüber offener: „Wikipedia ist ganz großartig, mit guten weiterführenden Links. Wir nutzen die Plattform selbst auch. Aber ganz wichtig: Man sollte niemals nur Wikipedia verwenden.“ Einmal bekam Unger die Texte zu den Bildern des größten und teuersten Geo-Kalenders zur Korrektur, um dann festzustellen, dass alle Informationen aus Wikipedia stammten. Das bedeutete eine komplett neue Recherche. „Zu Ehren von Wikipedia muss ich sagen, dass ich keinen einzigen Fehler gefunden habe“, sagt Unger.

Bergmann spart als Vertreter der schreibenden Journalisten nicht mit Lob für die Arbeit der Fact-Checker: „Ein toller Service, der uns sehr, sehr gut tut.“ Er könne sich nicht vorstellen, wie sein Heft sonst zu machen sei. Qualitätsjournalismus brauche eine gewisse Arbeitsteilung – und damit die Besserwisser von Beruf. Aber auch deren Arbeit hat Grenzen: „Wir rufen bei keiner Hotelrezeption an, um zu überprüfen, ob der Journalist auch wirklich dort war“, sagt Janssen.

Hanne Detel ist Stipendiatin der Journalistischen Nachwuchsförderung der Konrad-Adenauer-Stiftung.

Denjenigen Journalisten, die nicht den Luxus von Faktenprüfern in Anspruch nehmen können, raten die vier Experten, die recherchierten Informationen mithilfe der folgenden Fragen selbst zu überprüfen:

- Habe ich mindestens zwei unabhängige Quellen für die Information?
- Wie glaubwürdig sind diese Quellen?
- Sind die Informationen aus erster, aus zweiter oder gar dritter Hand?
- Wer sagt mir etwas aus welchem Grund?
- Was sagt die Gegenseite?
- Sind die Informationen richtig oder klingen sie nur gut (z. B. Superlative)?

Und das beste Mittel gegen Betriebsblindheit: Jeden Text von einem Kollegen gegenlesen lassen.

Handwerk-Journalismus: Die Fehler-Finder – Fact-Checking im Journalismus

Mit Mathias Unger (Geo), Dr. Hauke Janssen (Spiegel), Jan Bergman (Brand Eins), Friedhelm Greis (ddp)

Moderation: Jürgen Webermann (NDR)

Eine neue „Validitäts-Kultur“ fordert das Netzwerk Recherche in seinen Leitlinien. „Neue Modelle der Faktenkontrolle sollten erprobt, neue Recherche-Berufe etabliert werden.“ Einige wenige Redaktionen setzen nach angelsächsischen Vorbildern bereits auf ein besonderes Arbeitsmodell, das die Richtigkeit von Informationen sichern soll: Ob bei *Geo*, *Der Spiegel* oder *Brand Eins* – hinter den Kulissen berühmter Medienmarken arbeiten Faktenkontrolleure unermüdlich daran, Fehler aus der Berichterstattung zu sieben. Was sind die Vor- und Nachteile dieser Arbeitsweise? Wie können Journalisten, die ohne eine zusätzliche Kontrolle auskommen müssen, von Erfahrungen der Fehler-Profis profitieren? Was kann Faktenkontrolle im Zeitalter von Wikipedia & Co. überhaupt leisten?

In its guidelines, the netzwerk recherche demands a new "validity culture": "New models of fact-checking should be tested, new research jobs should be created." Few newsrooms have established work routines to secure the accuracy of information that follow anglo-saxon examples: Whether it is *Geo*, *Der Spiegel* or *Brand Eins* – at some of the biggest names in the industry, fact-checkers are working tirelessly behind the scenes to prevent errors in reporting. What are the advantages and disadvantages of this method? How could journalists who work without fact-checkers in the background benefit from the experiences of professionalized fact-checking systems? What significance does fact-checking have in the era of Wikipedia & Co.?

Jens Bergmann, geb. 1964 in Hannover, studierte nach Abitur und Zivildienst an der Universität Hamburg Psychologie und Journalistik. Er volontierte bei einer Fernsehproduktionsfirma und schloss außerdem die Henri-Nannen-Schule (Gruner + Jahr) ab. Danach arbeitete er als Redakteur und Autor für verschiedene Medien, u.a. für das Wirtschaftsmagazin *Brand Eins*, *Spiegel Reporter*, *Bild der Wissenschaft* und *Merian*. Seit 2001 ist er Redakteur bei *Brand Eins*, seit 2008 Geschäftsführender Redakteur. Jüngste Buchveröffentlichungen: *Skandal! Die Macht öffentlicher Empörung* (2009, Herbert von Halem Verlag), *Medienmenschen. Wie man Wirklichkeit inszeniert.* (2007, Solibro Verlag), beide gemeinsam mit Bernhard Pörksen.

Friedhelm Greis, geb. 1966, studierte Theologie, Spanisch, Philosophie und Journalistik in Trier, Mainz und Bolivien. Von 2000 bis 2003 Redakteur für Wirtschaft und Politik bei der *Netzeitung* in Frankfurt und Berlin. Bis 2005 Journalist und freier Autor in New York und Berlin. Seit 2006 Herausgeber bei der Nachrichtenagentur ddp in Berlin, seit 2009 außerdem verantwortlich für das Ressort Zeitgeschichte beim *Freitag*. Seit 2004 Mitarbeit bei Wikipedia.

Hauke Janssen, geb. 1958, verbrachte seine Jugend auf Helgoland und studierte Volkswirtschaftslehre an der Universität Hamburg. Von 1986 bis 1990 war er als Assistent an der Universität Hamburg mit dem Schwerpunkt „Geschichte der Volkswirtschaftslehre“ tätig.

Mathias Unger, geb. 1950, ist ausgebildeter Buchhändler. Seit 1978 ist er beim Gruner + Jahr Verlag tätig. Anfangs arbeitete er in der Bilddokumentation, anschließend in der Textdokumentation (Schwerpunkt Medien und Medienpolitik). Seit 2000 ist er als Dokumentar in der *Geo*-Redaktion tätig. Im Sommer 2009 übernimmt er dort die Leitung der Dokumentations-Abteilung.

Jürgen Webermann, geb. 1976, volontierte zunächst bei den *Westfälischen Nachrichten* in Münster sowie dem lokalen Ableger in Coesfeld. Anschließend Studium (Politik, VWL, Osteuropastudien) in Hamburg. Schrieb für diverse Zeitungen und Magazine und produziert für sämtliche öffentlich-rechtliche Sender

sowie für die Deutsche Welle. Beim NDR vor allem in der Wirtschaftsredaktion von NDR Info sowie im Hörfunk-Reporterpool. Gewann 2006 den Ludwig-Erhard-Preis für Wirtschaftspublizistik für das Radiofeature *Heuschreckenalarm*. Außerdem tätig als Dozent an der Uni Hamburg (Institut für Politische Wissenschaft).

Leitfragen und Antworten zu

„Handwerk-Journalismus: Die Fehler-Finder – Fact-Checking im Journalismus“

Jens Bergmann (Brand Eins)

- 1. Die Bedeutung von „Fact-Checking“: Wann ist in Ihrer Redaktion eigentlich etwas wirklich „richtig“?*
Wenn die nachprüfaren Fakten durch mindestens zwei verlässliche Quellen belegbar sind.
- 2. Wie viel „Fakt“ muss sein, wie viel „Fiktion“ darf sein – oder: Welchen Stellenwert hat Richtigkeit überhaupt in der journalistischen Berichterstattung?*
Richtigkeit ist die Voraussetzung des Journalismus. Und entgegen verbreiteter Vorurteile kein Hindernis für spannende Geschichten.
- 3. Wenn es eine Checkliste gäbe, die Journalisten bei der Informationsprüfung nutzen könnten – welche Fragen sollten unbedingt darauf stehen?*
Ist das wirklich so? Wer sagt mir was aus welchem Grund? Was sagt die Gegenseite?
- 4. Journalisten, die sich in der Sicherheit einer zusätzlichen Faktenkontrolle wiegen, werden nachlässig. Was denken Sie über diese Behauptung?*
Nach unserer Erfahrung ist das Gegenteil richtig.
- 5. Fact-Checking als „institutionalisierter Zweifel“: Was spricht für eine personelle Trennung zwischen Schreiben und inhaltlicher Kontrolle?*
Der Tunnelblick.
- 6. Wie schätzen Sie die Zukunft dieses Konzeptes ein – wird es noch hauptberufliche Fact-Checker geben? Oder übernimmt das Publikum im Wikipedia-Zeitalter diese Rolle selbst?*
Das Publikum wird diese Rolle nicht übernehmen, weil die Aufgabe, Informationen zu bewerten, eine für Profis ist. Deshalb hat der Qualitätsjournalismus in Zeiten des Information Overkill Zukunft.
- 7. Ein Qualitätszertifikat für alle Redaktionen, die sich eine eigene Fact-Checking-Abteilung leisten! Was halten Sie von dieser Forderung?*
Nichts, denn es gibt schon zu viele Zertifikate. Qualität sollte für sich selbst sprechen – und Journalisten offen über die Bedingungen ihrer Arbeit und ihre Fehler.

Mathias Unger (Geo)

- 1. Die Bedeutung von „Fact-Checking“: Wann ist in Ihrer Redaktion eigentlich etwas wirklich „richtig“?*
Für uns ist etwas „richtig“, wenn die Quellen glaubwürdig, die Angaben korrekt, die Zitate (soweit möglich) nachprüfbar bzw. autorisiert sind. Ansonsten zählt natürlich auch der Augenschein des Autors.
- 2. Wie viel „Fakt“ muss sein, wie viel „Fiktion“ darf sein – oder: Welchen Stellenwert hat Richtigkeit überhaupt in der journalistischen Berichterstattung?*
Die sachliche Richtigkeit spielt für *Geo* eine herausragende Rolle. „Fiktion“ ist natürlich möglich, wenn sie als solche erkennbar ist. Zitat eines Ehemaligen Dokumentarskollegen: „Was nützt die schönste Stimmung, wenn sie nicht stimmt.“

3. *Wenn es eine Checkliste gäbe, die Journalisten bei der Informationsprüfung nutzen könnten – welche Fragen sollten unbedingt darauf stehen?*
Wie valide sind meine Quelle oder der Informant? Sind die Informationen richtig oder klingen sie nur gut? Ist, beispielsweise, der gern verwendete Superlativ wirklich angebracht?
4. *Journalisten, die sich in der Sicherheit einer zusätzlichen Faktenkontrolle wiegen, werden nachlässig. Was denken Sie über diese Behauptung?*
Es gibt sicher Autoren, die die endgültige Prüfung auf die Dokumentation verschieben. Besonders unbeliebt bei den Dokumentaren sind „unfertige“ Manuskripte, bei denen der Dokumentar die vorhandenen Platzhalter durch harte Zahlen, Daten und Fakten ergänzen muss, d.h. letztlich Arbeit des schreibenden Kollegen teilweise übernimmt. Generell lässt sich aber sagen, dass die Autoren heute präziser arbeiten und annotierte Fassungen liefern. Das hilft auch, sie zur Prüfung zu zwingen. Denn am Ende ist die Arbeit der Dokumentation für die Autoren selbst von Vorteil.
5. *Fact-Checking als „institutionalisierter Zweifel“: Was spricht für eine personelle Trennung zwischen Schreiben und inhaltlicher Kontrolle?*
Für die Trennung spricht eindeutig, dass der Dokumentar einen Blick auf die Materie richtet, bei der der Autor manchmal „betriebsblind“ ist. Die andere Herangehensweise der Dokumentation, also der „institutionalisierte Zweifel“, bescheren dem Autoren so manches „Aha-Erlebnis“. Das trifft auch auf die Dokumentare selbst zu, wenn sie eigene Texte von den Kollegen dokumentieren lassen.
6. *Wie schätzen Sie die Zukunft dieses Konzeptes ein – wird es noch hauptberufliche Fact-Checker geben? Oder übernimmt das Publikum im Wikipedia-Zeitalter diese Rolle selbst?*
Es wird weiterhin Fact-Checker geben, wenn den Verlagen an einer glaubwürdigen Berichterstattung gelegen ist. Der Leser will verlässliche Fakten serviert bekommen, um eben nicht in den Weiten des Netzes oder in diversen Nachschlagewerken selbst aktiv werden zu müssen.
7. *Ein Qualitätszertifikat für alle Redaktionen, die sich eine eigene Fact-Checking-Abteilung leisten! Was halten Sie von dieser Forderung?*
Von dieser Forderung halten wir nichts. Der Leser wird sehr schnell feststellen, welche Publikation sein Vertrauen verdient und welche nicht. Und im Übrigen: Auch Dokumentare machen Fehler.

Friedhelm Greis (ddp)

1. *Die Bedeutung von „Fact-Checking“: Wann ist in Ihrer Redaktion eigentlich etwas wirklich „richtig“?*

ddp: Die Faktenkontrolle hat bei einer Nachrichtenagentur die höchste Priorität. Die Kunden der Agenturen müssen sich darauf verlassen können, die erhaltenen Texte nicht mehr auf Richtigkeit überprüfen zu müssen. Erkannte Fehler werden bei ddp umgehend und transparent korrigiert. Etwas gilt dann als „richtig“, wenn es nach bestem Wissen auf seine Richtigkeit hin überprüft wurde und keine begründeten Zweifel an der Richtigkeit bestehen. Was unklar ist oder möglicherweise falsch sein könnte, wird nicht gesendet. (Bei der Verbreitung von Vorabmeldungen von Printmedien stützt sich ddp auf die Richtlinie 2.3 - "Vorausberichte" des Deutschen Presserates, die die publizistische Verantwortung beim aussendenden Presseorgan sieht, unterzieht aber auch diese Informationen einer Überprüfung, sobald dies möglich ist.)

Wikipedia: Bei einer Mitmachenzyklopädie besitzt die Faktenkontrolle zwar eine große Bedeutung, ist jedoch nicht institutionalisiert, so dass es mitunter dem Zufallsprinzip überlassen ist, ob ein Fehler erkannt und berichtigt wird. Auch ist unklar, wann diese Kontrolle erfolgt. Prinzipiell erfolgt die Kontrolle erst nach der Veröffentlichung, auch wenn durch die Einführung der „gesichteten Artikel“ inzwischen eine Prüfinstanz vorgeschaltet wurde, die jedoch vor allem dazu dient, offensichtlichen Vandalismus zu vermeiden.

2. *Wie viel „Fakt“ muss sein, wie viel „Fiktion“ darf sein – oder: Welchen Stellenwert hat Richtigkeit überhaupt in der journalistischen Berichterstattung?*
Fiktion sollte nur dann benutzt werden, wenn es nicht möglich ist, reale Beispiele zu schildern. Allerdings sollte dann auch transparent gemacht werden, dass es sich beispielsweise um einen fiktiven Problemfall handelt oder dass eine Szene nachgestellt ist.
3. *Wenn es eine Checkliste gäbe, die Journalisten bei der Informationsprüfung nutzen könnten – welche Fragen sollten unbedingt darauf stehen?*
Was sind die Quellen für eine Aussage? Sind die Quellen zuverlässig? Sind sie nachprüfbar (gerichtsfest)?
4. *Journalisten, die sich in der Sicherheit einer zusätzlichen Faktenkontrolle wiegen, werden nachlässig. Was denken Sie über diese Behauptung?*
Kein Journalist kann und darf sich darauf verlassen, dass bei einer Faktenkontrolle sämtliche Fehler entdeckt werden. Daher fallen Fehler stets auf den Autor zurück, auch wenn sie bei der Überprüfung bemerkt werden. Die Kontrollinstanz wird bei einer Häufung von Fehlern schon aus eigenem Interesse den Autor auf mehr Sorgfalt beim Schreiben hinweisen oder die Zusammenarbeit beenden.
5. *Fact-Checking als „institutionalisierter Zweifel“: Was spricht für eine personelle Trennung zwischen Schreiben und inhaltlicher Kontrolle?*
Es sollte selbstverständlich sein, dass ein Text von einem kritischen und sachkundigen Redakteur gegengelesen wird, der die Möglichkeit hat, die behaupteten Fakten zu überprüfen oder sie sich vom Autor belegen zu lassen. Entscheidend ist jedoch, dass die inhaltliche Kontrolle als letzte Instanz auch die Macht hat, Einwände durchzusetzen und zweifelhafte Fakten zu eliminieren.
6. *Wie schätzen Sie die Zukunft dieses Konzeptes ein – wird es noch hauptberufliche Fact-Checker geben? Oder übernimmt das Publikum im Wikipedia-Zeitalter diese Rolle selbst?*
Medien müssen auch im Wikipedia-Zeitalter dafür sorgen, dass ihre eigenen Inhalte stimmen. Allerdings könnten die Medien die Leser ernster nehmen, wenn es darum geht, publizierte Fehler zu korrigieren, auf die sie beispielsweise in einem Online-Kommentar hingewiesen wurden. Das Publikum als Faktenkontrolle ist bei Modellen von Bürgerjournalismus jedoch sinnvoll und denkbar.
7. *Ein Qualitätszertifikat für alle Redaktionen, die sich eine eigene Fact-Checking-Abteilung leisten! Was halten Sie von dieser Forderung?*
Gar nichts. Jede Redaktion wird behaupten, dass bei ihr selbstverständlich die Fakten kontrolliert werden. Ob das nun als eigene Abteilung deklariert wird, ändert an den tatsächlichen Abläufen dann jedoch nichts.

Hauke Janssen (Spiegel)

1. *Die Bedeutung von „Fact-Checking“: Wann ist in Ihrer Redaktion eigentlich etwas wirklich „richtig“?*
Von Karl Popper haben wir gelernt, dass wir niemals genau wissen, ob eine Tatsachenbehauptung "richtig" ist, bestenfalls hat sie sich anhand des Materials "bewährt". Beim *Spiegel* hat die Dokumentation – und hier die Abteilung Verifikation – bei jedem Text alle dort aufgestellten Tatsachenbehauptungen und präsentierten Fakten daraufhin zu prüfen, ob sie richtig sind, d.h. ob sie angesichts des vorliegenden Materials zu halten sind. Die Dokumentation prüft erstens anhand des von der Redaktion recherchierten Materials und anhand weiteren, von der Dokumentation recherchierten Materials. Stimmen Material und Aussage überein, wird das Faktum unter Angabe der Quellen im Manuskript als richtig abgestrichen. Können wir die Richtigkeit nicht verifizieren, prüfen wir zumindest die Plausibilität der Aussage. Parallel wird der zur Veröffentlichung

bestimmte Text von der Ressortleitung, der Chefredaktion, der Rechtsabteilung und der Schlussredaktion kritisch gelesen. Sind alle diese Instanzen erfolgreich durchlaufen, gilt der Text als richtig, bis zum Beweis des Gegenteils.

2. *Wie viel „Fakt“ muss sein, wie viel „Fiktion“ darf sein – oder: Welchen Stellenwert hat Richtigkeit überhaupt in der journalistischen Berichterstattung?*
Beim *Spiegel* besitzt die Richtigkeit den denkbar höchsten Rang. Ein Nachrichtenmagazin verträgt keine Fiction, etwa im Sinne von Borderline. Der Leser honoriert uns das, in dem er dem *Spiegel* die höchste Glaubwürdigkeit unter den Printmedien zugesteht.
3. *Wenn es eine Checkliste gäbe, die Journalisten bei der Informationsprüfung nutzen könnten – welche Fragen sollten unbedingt darauf stehen?*
Haben Sie wirklich mindestens zwei unabhängige Quellen für ihre News? Wie glaubwürdig sind diese Quellen? Haben sie die Information aus erster Hand oder aus zweiter, gar dritter Hand, bzw.: Was sagt die Originalquelle wirklich? Haben sie auch andere Deutungsmöglichkeiten erwogen? Haben Sie die Betroffenen mit dem Ergebnis ihrer Recherche konfrontiert und deren Stellungnahme wiedergegeben? Sind die Quotes abgestimmt?
4. *Journalisten, die sich in der Sicherheit einer zusätzlichen Faktenkontrolle wiegen, werden nachlässig. Was denken Sie über diese Behauptung?*
Ja, die Erfahrung zeigt, dass es leider solche Fälle gibt. Allerdings auch das Gegenteil, nämlich Redakteure, die den Ehrgeiz entwickeln, dass wir bei Ihnen keine Fehler finden. Unter Zeitdruck ist es m.E. durchaus ökonomisch sinnvoll, wenn die Redaktion sich auf die News und die wesentlichen Zusammenhänge konzentrieren kann, während allgemein zugängliche Daten wie z.B. der exakte Umsatz einer Firma, die genaue Bezeichnung einer Behörde oder die richtige Schreibweise eines Günther oder Günter vom Fact-Checking geliefert werden.
5. *Fact-Checking als „institutionalisierter Zweifel“: Was spricht für eine personelle Trennung zwischen Schreiben und inhaltlicher Kontrolle?*
Beim *Spiegel* ist das Fact-Checking außerhalb der Redaktion institutionalisiert, und dafür gibt es gute Gründe. Die Trennung sichert ein größeres Maß an Objektivität. Der Dokumentar ist ein institutionalisierter advocatus diaboli. Er prüft das Faktum nicht in der Intention, dessen Richtigkeit zu belegen, sondern um es zu falsifizieren.
6. *Wie schätzen Sie die Zukunft dieses Konzeptes ein – wird es noch hauptberufliche Fact-Checker geben? Oder übernimmt das Publikum im Wikipedia-Zeitalter diese Rolle selbst?*
Die Spezies der Fact-Checker ist in den Medien bedroht. Das zeigt die Entwicklung der vergangenen zehn Jahre sehr deutlich. Viele Verlage sehen offenbar, und das betrifft nicht nur das Fact-Checking, einen Zielkonflikt zwischen Qualität und Rendite und entscheiden sich für die Rendite. In den Online-Medien heißt der große Feind des Fact-Checkers: Aktualität. Vor die Alternative gestellt, sofort und damit vielleicht als Erster zu veröffentlichen oder vorher die 'facts' zu prüfen und eine lange halbe bis ganze Stunde abzuwarten, entscheiden sich viele Redaktionen für die erste Variante. Ändern kann man ja immer noch. Dennoch werden sich auch hier Medien dafür entscheiden, ihr usp in der Faktenrichtigkeit zu suchen. Beim *Spiegel* hat man die skizzierten Zielkonflikte so nie gesehen, und die Erfolgsgeschichte des *Spiegel*, das weiß man im Hause, ist eine Erfolgsgeschichte des Qualitätsjournalismus, an dem das Fact-Checking seinen Anteil hat.
7. *Ein Qualitätszertifikat für alle Redaktionen, die sich eine eigene Fact-Checking-Abteilung leisten! Was halten Sie von dieser Forderung?*
Das halte ich für albernes Zeug

Die im Dunkeln

Sie sorgen dafür, dass in einem Artikel alles stimmt: die Fact-Checker. Doch nur wenige Redaktionen leisten sich diese systematische Qualitätssicherung.

VON BERTRAM WEISS

Zum festlichen Auftakt ihrer Tagung hatte die Deutsche Gesellschaft für Publizistik und Kommunikationswissenschaft im Jahr 2005 eine Ikone journalistischer Qualität als Gastredner eingeladen: Seymour Hersh. Der US-amerikanische Reporter ist etwa mit seinen investigativen Berichten über das Massaker von My Lai weltweit bekannt geworden. Doch Hersh machte bei seinem Vortrag deutlich, dass die gerühmte Exzellenz seiner Arbeit nicht allein sein eigenes Werk sei.

Wenn ein Journalist des Magazins New Yorker das Empire State Building erwähnt, müsse ein Fact-Checker prüfen, ob es noch steht.

So genannte »Fact-Checker« kontrollierten sorgfältig seine Manuskripte

und entlarvten so manchen seiner Fehler, bekannte Hersh: »Natürlich machen sie meine Artikel besser.«

»Docker« im Schatten der Autoren

In Deutschland werden diese verborgenen Helfer meist Verifikateure, Faktenprüfer, Dokumentationsjournalisten oder Dokumentare genannt – kurz: »Docker«. Was tun jene Sekundanten im Schatten der Autoren eigentlich genau? Wo arbeiten sie? Und: Wie groß ist ihr Einfluss auf das, was die Leserschaft geboten bekommt?

So viele unbeantwortete Fragen geben Raum für wunderliche Anekdoten und Mythen: So wird von einem Faktenprüfer berichtet, der angeblich eigens nach Ho-Chi-Minh-Stadt reiste, um dort den Namen einer Straße zu überprüfen. Und wenn ein Journalist des Magazins *New Yorker* das Empire State Building erwähnt, so heißt es, müsse ein Fact-Checker sich versichern, dass der Wolkenkratzer wirklich noch

stehe. Erst im Jahr 2008 hat der Regisseur Dan Beers den Fehler-Profis mit seinem Kurzfilm »FCU: The Fact Checkers Unit« ein kleines Denkmal gesetzt. Darin entwickeln zwei Fact-Checker den Ehrgeiz von Spionage-Agenten: Sie sollen herausfinden, ob der Schauspieler Bill Murray vor dem Zubettgehen wirklich ein Glas Milch trinkt – und schrecken dafür nicht vor einem Einbruch zurück.

So weit geht die Akribie der Fact-Checker in Wirklichkeit nicht. Doch ihr Job ist es, vor dem Andruck jeden Sachverhalt mittels vertrauenswürdiger Quellen des Autors oder eigener Recherche zu überprüfen.

Time Magazine als Pionier

Zu einer eigenständigen redaktionellen Aufgabe entwickelte sich das Fact-Checking erst, als Ende des 19. Jahrhunderts in den USA die heute verbreitete Idee einer »objektiven Berichterstattung« entstand: Sie postuliert, Journalisten könnten Fakten als unabhängig nachvollziehbare Aussagen über die Welt streng von Ansichten und Wertungen trennen. Diese Haltung förderte im Journalismus eine personelle Trennung der Arbeitsschritte Erkennen, Prüfen und Bewerten der Realität.

Die *New York Times* beschäftigte als erste US-amerikanische Zeitung Mitarbeiter allein für die Recherche von Fakten und trennte somit Recherche- und Schreibprozess voneinander. Anderen Redaktionsmitgliedern fiel die Rolle zu, Informationen nicht zu entdecken und zu beschreiben, sondern sie zu überprüfen – zu »checken«. Dem 1923 gegründeten Nachrichtenmagazin *Time* wird zugeschrieben, als erstes Medium die Faktenprüfung in seiner Redaktion professionalisiert zu haben. Die Redaktion des *New Yorker* richtete 1927 eine Fact-Checking-

sieht man nicht

Abteilung ein, welche noch heute einen Ruf als »Vatikan der Wahrheitsfindung« genießt. Auch einige deutsche Redaktionen leisten sich Spezialisten, die eigens damit beauftragt sind zu überprüfen, was Journalisten recherchiert und aufgeschrieben haben. Neben den drei Nachrichtenmagazinen *Spiegel*, *Stern* und *Focus*, zählen dazu etwa die Zeitschriften der *Geo*-Gruppe, *Brand Eins* und die *Test*-Hefte der Stiftung Warentest.

Zeitintensive Überprüfung vs Gegenlesen

Im tagesaktuellen Journalismus gilt Aktualität als so wichtig, dass eine zeitintensive Verifikation sich dort bislang nicht als redaktionelle Routine etablieren konnte. Stattdessen werden die Beiträge von Zeitungsjournalisten häufig von gleichgestellten Kollegen »gegengelesen«. Es ist jedoch eher unüblich, dies konsequent auf alle Beiträge mit gleichem Aufwand anzuwenden.

Vorsichtig geschätzt sind in Deutschland insgesamt kaum mehr als hundert Personen hauptberuflich für Printredaktionen in fester Anstellung oder selbstständig als Fact-Checker beschäftigt. Diese Zahl wirkt verschwindend gering neben den mindestens 34.500 Personen, die als Hauptberufsbezeichnung Journalist führen und im Printsektor tätig sind.

Fact-Checker sind eine seltene Spezies, doch ihre Arbeit erscheint bedeutsam: Natürlich kontrollieren auch Redakteure, Ressortleiter, Schlussredakteure, mitunter Chefredakteure und Justiziere die Manuskripte vor der Veröffentlichung. Doch erst wenn ein Text die Dokumentationsabteilung passiert hat, gelten die Sachverhalte als richtig – bis zum Beweis des Gegenteils. Zehn Fehler pro Textseite entdecken und berichtigen Faktenprüfer beim *Spiegel*, so Hauke Janssen, Leiter der Dokumentationsabteilung des Nachrichtenmagazins. Zehn Fehler, die vielleicht andernfalls erst die Leserinnen und Leser entdecken würden. Zehn Fehler, welche die Glaubwürdigkeit des Blattes erschüttern könnten.

Die Faktenprüfer wirken als einflussreiche Instanz der Qualitätssicherung auf das journalistische Medienprodukt ein. Doch wie eine »graue Eminenz« treten sie nach außen hin kaum in Erscheinung.

Vielleicht ist ihre Arbeit auch daher in der deutschen Journalismusforschung bis dato ein weißer Fleck gewesen.

Am Institut für Journalistik und Kommunikationswissenschaft der Universität Hamburg widmete sich in diesem Jahr erstmals eine Abschlussarbeit diesem Forschungsgegenstand. Ein Ergebnis der qualitativen Interviewanalyse: Fact-Checker benötigen nach eigener Einschätzung vornehmlich einen ausgeprägten Sinn für Genauigkeit und Sorgfalt, eine große Selbstdisziplin sowie eine fortwährend skeptische, geradezu misstrauische und hartnäckige Haltung im Umgang mit Informationen. Eine Basisqualifikation für ihre Tätigkeit ist eine akademische Ausbildung; die gewählte Studiendisziplin ist zweitrangig. Gezielte Aus- oder Fortbildungen sind eher unüblich – es herrscht das Primat des »learning on the job«.

Fachkonferenz zum Fact-Checking

Auch Netzwerk Recherche beschäftigte sich auf der letzten Jahreskonferenz erstmals mit dem Thema. Unter dem Titel »Die Fehler-Finder« erläuterten Fact-Checker und Autoren ihre Arbeitsweise und diskutierten Vor- und Nachteile der journalistischen Arbeitsteilung. Schon im Frühjahr 2010 eröffnet sich allen, die mehr über Fact-Checking erfahren wollen, eine weitere Möglichkeit: Eine mehrtägige Fachkonferenz des Netzwerks, auf der Dokumentare, Wissenschaftler und Autoren über die Faktenkontrolle berichten und so zu mehr Validität im Journalismus beitragen wollen.

Denn die Fehlersuche ist keineswegs immer fehlerlos. Die Unwahrheit lauert sogar in den eigenen Reihen, wie etwa die Affäre um den Textfälscher Stephen Glass 1998 zeigte: Der Journalist hatte Dutzende Artikel für das Magazin *New Republic* komplett oder teilweise erfunden. Er hatte auch sein Quellenmaterial gefälscht, um die hauseigenen Fact-Checker hinter das Licht zu führen. »Ich erkannte, dass das System des Fact-Checkings dafür entwickelt worden war, um Reportern dabei zu helfen, wahre Geschichten zu schreiben«, stellte Glass später fest. »Aber es arbeitete mit der Annahme, dass die Reporter auch wollen, dass ihre Geschichten richtig sind.« ■

Bertram Weiß ist Kommunikationswissenschaftler und schreibt als freier Journalist für die Geo-Gruppe.



Sei skeptisch und glaube nichts

Fehler vermeiden! Überprüfen gehört zum kleinen Einmaleins der Recherche – und doch schleichen sich immer wieder Fehler ein. Hier einige Grundregeln des Fact-Checking.



Michael Haller ist Professor für Allgemeine und Spezielle Journalistik an der Universität Leipzig und Herausgeber von Message.

Wenn man Leser, Fernsehzuschauer oder Radiohörer fragt, was für sie das wichtigste Qualitätsmerkmal der Medien sei, lautet die Antwort übereinstimmend: Zuverlässigkeit. Diese in verschiedenen Repräsentativbefragungen gewonnene Auskunft bezieht sich auf die aktuellen Informationsmedien, allen voran die Tageszeitung (weniger auf Illustrierte und Boulevardblätter). Von der Zuverlässigkeit der Berichte hängt es ab, ob die Leser ihrer Zeitung »Glaubwürdigkeit« zusprechen. Und diese wiederum – so belegen die Erhebungen – ist maßgeblich, ob die Leser ihrem Blatt treu bleiben oder sich bei passender Gelegenheit verabschieden.

Das Image der Zuverlässigkeit gewinnen Zeitungen oder Rundfunksendungen dann, wenn stimmt, was berichtet wird. Also muss der Journalist nur überprüfen, ob stimmt, was er berichten will – und schon ist alles in Ordnung. Das klingt simpel und selbstverständlich, schließlich heißt es in den Landesmediengesetzen, dass die Medien die Informationen auf »Wahrheit, Inhalt und Herkunft« zu prüfen hätten. Dasselbe steht auch im Pressekodex. Und doch ist es so schwer – aus drei Gründen.

Erstens: Fakten sind nicht immer Fakten

Am Anfang jedes Berichts stehen Ausgangsinformationen: Die Erzähle eines Zeugen oder eines Betroffenen; die Darstellungen in älteren Texten, die man im Archiv, der Datenbank oder über Google findet. Dieses Material ist meist ein Gemisch aus Sachaussagen, Eindrücken, Empfindungen, Meinungsäußerungen und Urteilen. Manches kann man überprüfen, vieles jedoch nicht.

Angenommen, Sie sollten wegen des Notverkaufs der Hypo Alpe Adria einen Recherchenbericht schreiben über das Missmanagement des Chefs der Bayerischen Landesbank (BayernLB), Michael

Kemmer. Angenommen, Sie stoßen bei der Materialauswertung auf dieses Zitat: »Kemmer hat im Umgang mit dem Problem Hypo Alpe Adria versagt« (ich zitiere im Folgenden aus der *Süddeutschen Zeitung* vom 15.12.2009). Was ist daran faktisch? Erstens die Frage, ob der Satz wirklich gesagt wurde. Doch leider heißt es in Bezug auf die Quelle nur: »aus der Belegschaft«. Die Quelle ist also anonym, der Reporter kolportiert nur oder fabuliert. Und die Aussage des Zitats ist eine subjektive Einschätzung, Juristen nennen dies eine Meinungsäußerung. Also nichts Faktisches und insofern auch nicht überprüfbar.

Überprüfen kann man nur Aussagen, die Sachverhalte betreffen. Das sind überwiegend Angaben

- über Personen (Name, derzeitige Funktion, Alter, Zivilstand, Wohnort)
- über Örtlichkeiten (Stadtname, Straßename, Hausnummer, Lage des Zimmers)
- über die Ortszeit (wann genau, seit wann, bis wann, Zeitzone, Datum)
- über den Gegenstand (eine Tat, ein Beschluss, eine Rede oder Aussage, ein Naturereignis usw.)
- über Merkmale eines Gegenstands (Abmessungen, Dauer, Farbe, Temperatur, Lautstärke, Beschaffenheit).

Tipp: Die klarste Checkliste sind die vier W-Fragen Wer, Was, Wann, Wo. Alle Aussagen, die auf diese Fragen eine Antwort geben können, sind im Prinzip überprüfbar.

Problematisch sind Aussagen über die Art und Weise, über das »Wie«, weil es Einschätzungen nennt und meist in Sinnbildern oder Metaphern zur Sprache kommt. »Dieser Umgang mit der Vergangenheit treibt offenbar einen Keil in den Vorstand der CSU« – Klar, was gemeint ist. Aber

was ist daran faktisch? Es ist nicht diese Aussage selbst (diese ist eine Interpretation), es sind die Belege, die diese Aussage stützen (hier: die Meinungen des Alt-Vorstands der CSU, Stoiber, Beckstein, Huber).

Tipp: Antworten auf Wie- und Warum-Fragen sind meist keine Fakten, sondern Interpretationen von Fakten. Also müssen zuerst diese Belege und dann die Angemessenheit ihrer Interpretation überprüft werden.

Zweitens: Die Sachen sind kompliziert

Fakten allein ergeben keinen Sinn. Sie sind wie Mosaiksteine, die zusammen ein ganzes Puzzle – den Zusammenhang – geben sollen. Das Puzzle selbst kann man nicht überprüfen, es muss aber als Ganzes plausibel sein. Die Aussage »Michael Kemmer hatte es sich am Ende mit allen verdorben« ist so ein Puzzle – und wenn die Belege fehlen, ist es eine (oftmals überzogene oder verallgemeinerte) Behauptung, die wie eine These funktioniert.

Manchmal sind Vorgänge und Abläufe auch viel zu unübersichtlich (»komplex«), um sie wie ein Puzzle beschreiben zu können. Und manchmal ist nur ein Teil des Ganzen erkennbar; über den unbekanntem Teil existieren nur Spekulationen. Das Hypo-Alpe-Adria-Desaster habe den Freistaat Bayern »mindestens 3,75 Milliarden Euro gekostet« heißt es. Dass der Staat diesen Betrag aus Steuergeldern hat aufbringen müssen, kann überprüft werden, indem beim Pressesprecher nachgefragt wird. Aber sagt der alles, was für die Einordnung des Vorgangs wichtig ist? Was verbirgt sich hinter dem »mindestens«?

Tipp: Aussagen über Zusammenhänge, Abläufe und Folgen kann man nicht überprüfen. Man sollte sie wie Thesen behandeln – also nur zitieren (aber mit präziser Quellenangabe).

Drittens: Das unsichere Wissen

Wer überprüft, sucht vielleicht die Wahrheit – doch was er findet, ist etwas anderes, nämlich

»Unstrittigkeit«. Das geht so: Indem ich eine Sachaussage überprüfe, vergleiche ich sie mit Aussagen anderer Quellen; wenn die anderen dasselbe sagen, gilt die Aussage als gesichert, d.h. sie ist eine unstrittige (verifizierte) Tatsache. Doch wie zuverlässig sind diese anderen Quellen? Bewege ich mich vielleicht im Zirkel, weil alle Quellen aus derselben Ursprungsquelle geschöpft haben? Oder fallen alle demselben Irrtum, demselben Vorurteil anheim? Man kann es nicht ganz ausschließen, doch die Gefahr lässt sich durch eine kritische Quellenüberprüfung wenigstens reduzieren.

Tipp: Jede Faktenüberprüfung beginnt mit dem Quellen-Check: Auf welche Primärquelle geben sie zurück? Welche ist authentisch?

Die meisten Fehler sind die Folge von Gutgläubigkeit und Schlafmützigkeit: Man liest etwas und glaubt es nur schon deshalb, weil es andere auch schon geglaubt haben. Auch Message kennt das Problem dieser Betriebsblindheit: Da untersuchte ein Autor aktuelle Trends bei den Bloggern und nennt in seinem Manuskript den bekannten Blog »Spreeblick« plötzlich »Spreewald« (vielleicht hatte er im Laufe jener Nachtschicht Hunger bekommen). Das Skript wird gegengelesen, redigiert, Korrektur gelesen, nochmals gecheckt – und dann steht im Heft »Spreewald« (*Message* 4/2008: 17). Ähnliche Fehler finden sich tagtäglich in fast allen gedruckten Medien; in den Onlinemedien nur deshalb so selten, weil rasch korrigiert werden kann.

Motto: Glaube deinem eigenen Wissen nicht und markiere jeden Namen, jede Sachaussage, auch wenn du sie schon X-mal gelesen oder sogar irgendwann einmal selbst geschrieben hast.

Ob ein journalistischer Text am Ende zutreffend informiert, darüber entscheidet nicht nur die Sachrichtigkeit der Fakten, sondern die Darstellung des ganzen Vorgangs. Und ob diese trifft, hängt letztlich von der Einstellung des Autors, des Gegenlesers, Fact-Checkers, Korrektors ab. Und diese Einstellung sollte lauten: Sei skeptisch! Glaube nichts, auch nicht dir selbst! ■

Im Dickicht der Details

Fehler vermeiden im Schreibprozess! Das Recherchematerial gehört gut strukturiert, um beim Schreiben in den gesammelten Fakten nicht die Orientierung zu verlieren.



Der Kisch-Preisträger Erwin Koch lebt als freier Journalist in der Zentralschweiz und schreibt u.a. für Zeit und Geo.

Vor einem Jahr, ausgestattet mit dem Segen der *Zeit*, fuhr ich auf die Osterinsel, ein kleiner Lebenstraum. Ich wollte dort, in Form einer Reportage, der Theorie nachforschen, dieser einsame Punkt im südlichen Pazifik habe vor dreihundert Jahren vorweggenommen, was der Erde noch bevorstehe, der ökologische und soziale Kollaps.

In der Tat hatten die Holländer, die die Osterinsel im Jahr 1722 entdeckten, eine Gesellschaft vorgefunden, die in Auflösung begriffen war. Es gab keinen einzigen Baum mehr auf der Insel, aus dem man hätte ein Boot bauen können, um dem Elend zu entkommen, Rapa Nui war leergeholzt, es herrschten Hunger, Krieg, Kannibalismus.

Ich bin Reporter. Nach Möglichkeit mache ich mich kundig, bevor ich irgendwohin aufbreche. Ich will vorbereitet sein, auf dass ich gewisse Fragen oder Themen vor Ort nicht unangesprochen lasse. Andere Reporter machen es anders, ich pflege zuerst zu lesen, zu lesen, zu lesen.

Erster Schritt

Aus dem Internet kitzelte ich, was mir nützlich erschien, Stichworte Osterinsel und Rapa Nui. Ich druckte es aus, insgesamt 71 Seiten. Die ordnete ich in chronologischer Reihenfolge, beginnend mit dem ältesten Dokument, einem Zeitungsartikel aus dem Jahr 1998, und nummerierte den Stapel, 1 bis 71, oben rechts.

Dann las ich die Papiere, unterstrich die Informationen, von denen ich glaubte, sie könnten vielleicht Teil meines Textes werden.

Zweiter Schritt

Ich setzte mich an meinen Computer, öffnete den Ordner Stichwortverzeichnisse und schuf mir eine neue Datei: Osterinsel. Ich bückte mich über meine 71 Seiten, fasste die erste Information auf

Seite eins, die ich unterstrichen hatte, in wenigen Worten – doch immerhin in so vielen, dass ich auch Wochen später noch verstünde, was damit gemeint war – zusammen und vermerkte dazu die Zahl der Seite, auf der eben diese Information zu finden war. Seite nach Seite behandelte ich auf diese Weise: Stichwort plus Seitenzahlen. Das sah dann, einige Beispiele, so aus:

- O. entstand vor 2,5 Mio Jahren, vulkanisch 1
 - Geogr. Koordinaten 1
 - Distanzen zu anderen Inseln 3
 - Fläche 2
 - 41 % davon ist Nationalpark 3
 - >30 000 archäolog Punkte = bestuntersuchter Ort 4

Dritter Schritt

Nachdem ich alle Informationen auf den 71 Seiten in Stichworten zusammengefasst und jedes Stichwort mit einer oder mehreren Herkunftsnummern versehen hatte, erfand ich mir, der thematischen Übersicht zuliebe, einige Kapitel.

Jene Stichworte zur Pflanzen- und Tierwelt auf der Osterinsel, damals und heute, zog ich zum Kapitel *Flora/Fauna* zusammen, jene, die sich auf Kunst und Götter bezogen, zum Kapitel *Kunst/Kultur/Religion*. Andere Kapitel hießen *Geographisches*, *Historisches*, *Administratives*, *Soziales*, *Zukunftsszenarien*.

Vierter Schritt

Ich ging in die Bibliothek. Unter dem Begriff Osterinsel waren dort 33 Schriften vermerkt, sechs nahm ich mit nach Hause, alle neueren

Datums. Ich blätterte und las und unterstrich mit zartem Bleistift, was mir nützlich werden könnte. Schließlich zeichnete ich jedes Buch mit einem Buchstaben aus und ergänzte mein Verzeichnis mit den Informationen, die ich aus diesen sechs Büchern gewonnen hatte. Dabei übernahm ich die Seitenzahl des jeweiligen Buches und setzte ihr den entsprechenden Buchstaben, den ich für das jeweilige Buch vergeben hatte, voran:

A = Iwanowski's, Chile mit Osterinsel
 B = Reise Know-How, Chile und die Osterinsel
 C = Osterinsel, Ein Reiseführer, M. Kasperek
 D = - Vor der polyn. Besiedlung gab es auf O. 24 Arten von See- und 6 Arten von Landvögeln, heute nur noch 4, keine davon indigen C26
 E = - Verschiedene Besiedlungstheorien 5,55 A607 B577
 - Heyerdahl vertrat eine Besiedlung durch südamerik. Indianer A607 B577 E107

Fünfter Schritt

Ich reiste auf die Osterinsel und war eine Woche lang dort, suchte Menschen, deren Biografie oder Aussagen mir geeignet schienen, dem Thema gerecht zu werden, ihm Gestalt zu geben – mein Personal.

Insgesamt unterhielt ich mich mit dreizehn Personen, acht davon nahm ich in meine engere Wahl, eine alte Sippenhauptfrau, die Inselpsychologin, einen Reiseleiter schweizerischer Herkunft, einen Unabhängigkeitsfanatiker, der sich König nannte, ein Mädchen, die Kandidatin bei einem Schönheitswettbewerb, den Inselkaplan und die Gouverneurin. Was ich hörte, was ich sah, was ich roch und fühlte, notierte ich in ein kleines Buch. Wieder zu Hause, las ich meine Notizen, versah jede Seite des Notizbuchs mit einer Zahl

und unterstrich, was mir wichtig vorkam – und komplettierte schließlich mein Verzeichnis mit den Informationen aus dem Notizbuch, *N* für Notizbuch.

Wieder schuf ich mir einige Kapitel, eines für jede der acht Personen, für die ich mich entschieden hatte, ein weiteres Kapitel hieß einfach Szenisches.

Sechster Schritt

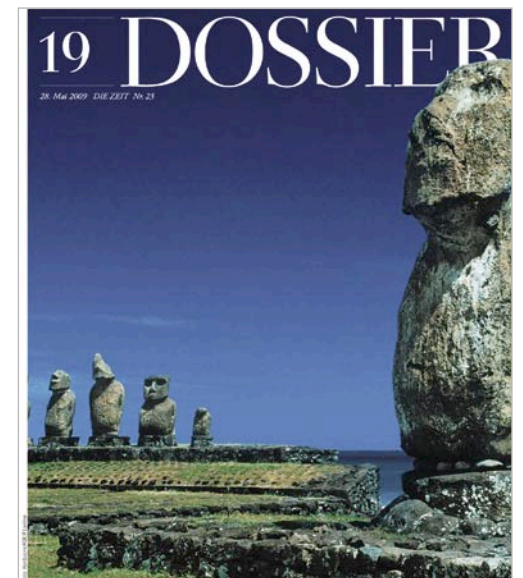
Damit war mein Stoff organisiert, chronologisch und thematisch geordnet. Endlich begann die Schreiberei, der erste Satz, dann der zweite, der dritte. Mein Verzeichnis, 40.000 Zeichen lang, lag ausgedruckt neben mir, ich saß und wusste nicht weiter, blätterte durch den Wald der Stichworte und überlegte, welches vernachlässigbar sei und welches nicht. Entschied ich mich für eines, las ich noch einmal die Quelle, die sich darüber ausbreitete: *D154*, also Seite 154, im Buch D für Osterinsel von Josef W. Schmid.

Wahrscheinlich kamen nicht mehr als zehn Prozent meiner Erinnerungsstützen zum Zug und wurden, in vernünftige Sätze gegossen, Teil des Textes. Aber die zehn besten Prozent, hoffentlich.

Siebenter Schritt

Ich überließ den Aufsatz meinem Gegenleser, einem Freund, der seit Jahrzehnten fast alles liest, was ich schreibe, und es tüchtig ausmisstet.

Die Reportage von Erwin Koch erschien am 28. Mai 2009 im Dossier der Zeit.



Warnung an die Welt

Gerodete Wälder, ausgerottete Tierarten, tödlicher Größenwahn: Ausgerechnet auf der mythischen Osterinsel besichtigen, was der Erde bevorsteht, wenn der Mensch seine eigenen Lebensgrundlagen zerstört von **erwin.koch**

Die weltweite Erderwärmung durch die CO₂-Ansammlung, trotz aller Beschwörungen der Mächigen, viertel schneller als noch im Jahr 1990 – schlimmes Wildes, die Dämigung, CO₂, zu binden, ständig weniger werden.
 Man geht auf dem Vulkan, im Blick das Gewitter, und denkt, es wird einen nicht treffen.
 Kein Punkt auf Erden, von Menschen bewohnt, liegt abgegrenzter als diese Insel in der Welt: die Osterinsel, Isla de Pascua, die Osterinsel. Nirgendwo ist der Mensch von neozogenen Vögeln weg, fünf Flugschlangen bis zur chilenischen Küste, sechs bis Tahiti, 2078 Kilometer Wasser bis zu den Nachbarn, 40 Menschen auf Picares, Polynesien.
 Am Ostermorgen 1722 stiftet der niederländische Seefahrer Jacob Roggeveen, mit drei Schiffen unterwegs im Auftrag der Westindischen Handelskompanie, auf eine neue kleine Welt im Süden.
 Der Meeresspiegel stieg zwischen 1961 und 2003 jährlich um 1,8 Millimeter im Schnitt, schneller von Jahr zu Jahr... Genaß dabei, seinen seit 18000 J. die...
 2007 stieg der CO₂-Anstieg, trotz aller Beschwörungen der Mächigen, viertel schneller als noch im Jahr 1990 – schlimmes Wildes, die Dämigung, CO₂, zu binden, ständig weniger werden.
 Man geht auf dem Vulkan, im Blick das Gewitter, und denkt, es wird einen nicht treffen.
 Kein Punkt auf Erden, von Menschen bewohnt, liegt abgegrenzter als diese Insel in der Welt: die Osterinsel, Isla de Pascua, die Osterinsel. Nirgendwo ist der Mensch von neozogenen Vögeln weg, fünf Flugschlangen bis zur chilenischen Küste, sechs bis Tahiti, 2078 Kilometer Wasser bis zu den Nachbarn, 40 Menschen auf Picares, Polynesien.
 Am Ostermorgen 1722 stiftet der niederländische Seefahrer Jacob Roggeveen, mit drei Schiffen unterwegs im Auftrag der Westindischen Handelskompanie, auf eine neue kleine Welt im Süden.
 Der Meeresspiegel stieg zwischen 1961 und 2003 jährlich um 1,8 Millimeter im Schnitt, schneller von Jahr zu Jahr... Genaß dabei, seinen seit 18000 J. die...
 die weder über dicke Halden Seite vertigen, dennoch 9 ren können, die volle neun Abmessungen sehr dick wi
 Die Einheimischen, die Sprache Rapa Nui nennt empfangen Roggeveen mit jugendlichen – ein Däbe! -el Nui liegen im Blut, und die V 18. November 1770, Span Rapa Nui San Carlos nennt stückte und den Inseln
 Man hat eine Insel, die hieße König Rapa Nui, von Spi
 Jahr tritt man, gemahnt auf dem höchsten Berg und einseitig am Ende dieser Wä
 über dort oben, hoch Chinesen aus ihrem alten Land

Sich selbst auf die Schliche kommen

Nach der Recherche ist vor der Recherche! Wenn kein Fact-Checker Ihr Manuskript überprüfen kann, müssen Sie selber ran. Unser Autor zeigt, welche Arbeitsschritte Sie gehen können.



Bertram Weiß ist Kommunikationswissenschaftler und arbeitet als freier Journalist in Hamburg. Beratend für diesen Text stand ihm Dr. Martin Seidl, Leiter der Abteilung »Dokumentation« beim Focus, zur Seite.

Artikel ohne Fehler gibt es wohl nur selten. Auch dieser wird sicherlich nicht fehlerfrei sein. Aber es gibt Mittel und Wege, die Zahl der Irrtümer so gering wie möglich zu halten – und so die höchsten Werte des Journalismus zu wahren: Korrektheit und Glaubwürdigkeit.

Fehler kann vermeiden, wer sorgfältig recherchiert. Fehler kann vermeiden, wer im Schreibprozess aufmerksam und akkurat seine Quellen im Blick behält. Und Fehler kann vermeiden, wer nach dem Schreiben systematisch nach Unstimmigkeiten in seinem Manuskript fahndet.

Die sorgfältige Überprüfung des eigenen Textes wird aber allzu oft vergessen oder fällt schlichtweg dem Zeitdruck oder niedrigen Honoraren zum Opfer. Manche Magazine wie *Focus*, *Spiegel*, *Geo* oder *New Yorker* haben deshalb eigene »Fact-Checker« angestellt, die zumindest alle Sachverhalte im Werk eines Journalisten vor dem Druck noch einmal kontrollieren. Es ist eine Besonderheit, der Journalisten bei Zeitungen und Nachrichtenagenturen, beim Radio und Fernsehen oder im Internet nur selten begegnen.

Die meisten Journalisten müssen selbst für die Richtigkeit ihrer Arbeit Sorge tragen. Doch dafür können sie sich von den professionellen Fehler-Suchern der Zeitschriften manches abschauen. Wer wie sie die Suche nach Fehlern in seinem Manuskript zu einem eigenständigen Arbeitsschritt macht, wird zweifellos Fehler entdecken. Und sich so vielleicht manchen Ärger ersparen können.

Schritt eins: Lesen!

Die Arbeit der Faktenprüfer ist vielleicht eine der letzten Bastionen des Papiers: Ein Fact-Checker mag das Manuskript elektronisch erhalten und im Arbeitsprozess elektronisch weitergeben, doch für seine eigentliche Tätigkeit, das Überprüfen, vertraut er auf einen Papiausdruck. Dieser bietet

Übersichtlichkeit und Raum für Anmerkungen, Notizen und Korrekturzeichen.

Ganz am Anfang steht aufmerksames Lesen. Lesen mit den Augen eines skeptischen, immerzu kritischen Zweiflers. Das ist keine revolutionäre Neuigkeit. Doch ebenso wie alles Folgende kann es nützlich sein, sich den Wert dieses Blicks von Zeit zu Zeit ins Gedächtnis zu rufen, um ihn zu üben und zu stärken.

Bei diesem ersten Lesedurchgang lässt sich schon mancher »Stolperstein« entdecken. Zumindest diesen Schritt sollte jeder Journalist in jeder Situation leisten können.

Während des ersten Lesens müssen noch keine einzelnen Details in den Blick geraten. Im Fokus stehen vielmehr die Gesamtheit des Textes, seine Struktur und logische Entwicklung. Folgende Fragen könnten dabei eine Antwort finden:

- Wirkt der Beitrag glaubwürdig und sind seine Argumente überzeugend?
- Wie wirkt der Artikel im Vergleich zu anderen, die dieses Thema behandeln?
- An welchen Stellen könnte Übertreibung oder unbegründete Mutmaßung vermutet werden?
- Enthält der Text Vorwürfe? Wenn ja, lassen sich diese wirklich rechtfertigen?

Schritt zwei: Auswählen!

Beim zweiten Lesedurchgang gilt es zu entscheiden, was geprüft werden muss: Unterstreichen Sie mit einem farbigen Stift alles, was einer Überprüfung anhand von Quellen standhalten muss – also alle »Fakten«. Was genau gehört also unterstrichen und was nicht? Muss ich diese Kleinigkeit wirklich überprüfen? Sobald sich diese Ungewissheiten beim Lesen einschleichen, soll-

te man sich folgende Fragen stellen, empfiehlt die kanadische Fact-Checkerin und Journalisten-Ausbilderin Cynthia Brouse:

Muss man diese Fragen bejahen, so ist eine Überprüfung unumgänglich:

- Gibt es eine andere Möglichkeit, dies auszudrücken?
- Könnte ich die Quelle missverstanden haben?
- Würde es jemanden stören, wenn dies falsch wäre? Eine Frage, die vor allem dann sehr wichtig wird, wenn eine Aussage allzu gut in die Dramaturgie eines Textes passt.

Gerade Fehler in Basisfakten wie Namensangaben sorgen schnell für Aufruhr und werden ungern verziehen, wie etwa die Posse um den »falschen Wilhelm« im Namen des CSU-Politikers zu Gutenberg im Februar 2009 zeigte. Auf Wikipedia wurde dem Politiker ein weiterer Vorname hinzugehängt, welchen viele Medien ungeprüft übernahmen.

Hilfreich beim Unterstreichen der zu prüfenden Sachverhalte ist es, nicht Wort für Wort zu markieren, sondern nur Fakten, die eine Einheit bilden. Der Name »Karl-Theodor zu Gutenberg« wird also als ein Faktum unterstrichen. Handelt es sich um ein umfangreiches Manuskript, kann es überdies nützlich sein, für verschiedene Faktentypen unterschiedliche Farben zu verwenden. So lässt sich etwa auch die Wichtigkeit der zu prüfenden Details hierarchisieren.

Schritt drei: Überprüfen!

Im dritten Schritt machen Sie sich daran, alle unterstrichenen Sachverhalte anhand von Quellen zu überprüfen. Dabei können Sie den Text systematisch von Anfang bis Ende durchkämmen. Mitunter lässt sich die Arbeit aber auch beschleunigen, wenn Sie sich jeweils auf einen Informationstypus beschränken, etwa zunächst nach allen Namen schauen, dann nach allen historischen Zusammenhängen, dann nach allen Zitaten usw.

Suchen Sie das gesamte Quellenmaterial zusammen, das Sie beim Schreiben des Textes verwendet haben: Notizbücher, Tonbänder, Bücher, Artikel und Studien. Alles gehört dazu. Es ist hilfreich, wenn Sie das Material bereits während der Recherche systematisch aufbereitet haben (siehe Seite 4). Jedes Faktum, dessen Richtigkeit Sie guten Gewissens belegen können, streichen Sie durch einen Haken ab. Überprüfen Sie die korrekte Schreibweise eines Wortes, so empfiehlt es sich, jeden einzelnen Buchstaben mit einem diagonalen Strich abzustreichen. So gewinnt man im Arbeitsprozess Klarheit darüber, welche Informationen bereits auf welche Weise überprüft wurden.

Ist eine Änderung im Manuskript erforderlich, so sollte diese nicht nur im Text, sondern auch an dessen Rand kenntlich gemacht werden – damit die Korrektur bei der Übertragung in



eine elektronische Fassung nicht übersehen wird. Als Markierung eignen sich etwa ein senkrechter Strich am Anfang der betreffenden Zeile oder kleine Kreuze, die man auf eine durchgezogene senkrechte Linie am Seitenrand setzt.

Die »richtige« Quelle wählen!

Idealerweise versieht man jeden überprüften Sachverhalt in seinem Dokument mit einem Quellenhinweis, so dass die Herkunft der Angabe auch später nachvollziehbar ist. Erst dann ist die Information im eigentlichen Sinne »dokumentiert«. Im besten Falle belegt ein gewissenhafter Fact-Checker eine Aussage natürlich durch mehrere, voneinander unabhängige Quellen. Nur so kann er einigermaßen sichergehen, sich nicht zu irren und der sogenannten »Wahrheit« nahezukommen.

Steht nur eine Quelle zur Verfügung, ist sie mit folgenden Fragen abzuklopfen:

- Bin ich an der Originalquelle?
- Gibt es eine abweichende Quelle?
- Warum halte ich die Quelle für belastbar?
- Kann die Quelle überhaupt recht haben (z. B. fachliche Qualifikation)?
- Macht die Quelle selbst womöglich eine falsche Angabe?
- Würde die Quelle sinngemäß wiedergegeben?
- Wenn nicht, trifft dann die Umformulierung noch den inhaltlichen Kern?

Scheuen Sie sich nicht davor, einen Befragten noch einmal anzurufen und ihm etwa eine Passage des Textes vorzulesen oder zu umschreiben. Gerade bei komplizierten Sachverhalten, etwa der Funktionsweise einer neuen technischen Entwicklung, lässt sich dies häufig kaum umgehen.

Vorsicht, Fehlerquelle!

Wer ein Manuskript sorgfältig und systematisch überprüft, wendet dafür mitunter Stunden auf. Unter realistischen Bedingungen ist oftmals nur ein Minimum möglich.

Fehler entstehen vor allem, wenn man Vermutungen anstellt oder etwas aus dem Gedächtnis beschreibt; wenn man glaubt, auf sein eigenes Wissen vertrauen zu können. Dies lässt sich nur durch hartnäckige Suche nach belastbaren Quellen

vermeiden. Doch eben diese steht der nötigen Freiheit im kreativen Prozess des Formulierens oft im Wege.

Zumindest die wichtigsten Fehlerquellen sollte man kritisch beäugen, bevor man den Text für fertig erklärt:

- Superlative
- Zahlen und statistische Angaben
- Namens- und Altersangabe
- Zeitangaben und zeitgeschichtliche Bezüge
- Ortsangaben und geografische Bezüge
- Fachbegriffe, insbesondere aus Medizin, Technik und Naturwissenschaft

In Redaktionen, die eine eigenständige Faktenprüfung in ihren Arbeitsprozess integriert haben, tragen Autoren daher an Stelle eines Faktums mitunter einen Platzhalter ein, den der Faktenprüfer dann durch den entsprechenden Sachverhalt ersetzt. Platzhalter sind beispielsweise »XX«, »00«, »TK« oder »to come«. Die falsche Orthografie (statt »TC« für »to come«) ist beabsichtigt, damit der Platzhalter nicht übersehen wird.

Es lohnt sich, dieses Vorgehen auch einmal in der eigenen Arbeit zu erproben. Denn so lässt sich die mühsame Suche nach einem einzelnen Detail vom Schreibprozess lösen, indem man sich womöglich lieber auf Textstruktur und Dramaturgie konzentriert.

Richtig mit Fehlern umgehen!

Fehler sind unangenehm und manchmal schwer zu verzeihen. Besonders, wenn sie einfach zu vermeiden gewesen wären. Die Fehlerquote aber kann ein Autor senken, so der US-Journalismus-Forscher Scott Maier: Zum einen, wenn er sich die Zeit nimmt, seine Arbeit Satz für Satz zu überprüfen; und zum anderen, wenn er offen für seine Verantwortung einsteht, wenn Fehler auftauchen.

Ebenso wichtig wie die Vermeidung von Fehlern ist also der Umgang mit ihnen. Jeder Journalist begibt sich mit seiner Arbeit in die Öffentlichkeit und muss deshalb auch öffentliche Kritik ertragen können.

Wer sich als professioneller Journalist versteht, sollte sich das Credo der *Washington Post* zu eigen machen: »Richtigkeit ist unser Ziel und Aufrichtigkeit unsere Verteidigung.« ■

FREIGABE ZUM START?

Bevor ein Pilot zum Abflug ansetzt, überprüft er mit einer Checkliste, ob das Flugzeug wirklich funktionstüchtig ist. Auch jeder Journalist sollte routiniert einige Prüffragen beantworten, bevor er seine Arbeit der Öffentlichkeit präsentiert.

Um zu lernen, wie Checklisten oder allgemein verbindliche Handwerksregeln zum Umgang mit Informationen und Quellen aussehen können, lohnt ein Blick in die USA

Dort weist etwa die Tageszeitung *Detroit Free Press* jedem Arbeitsprofil in der Redaktion eine eigene Checkliste zu, um Fehler in der Berichterstattung zu vermeiden. Bevor etwa Reporter ihr Manuskript abgeben, sollen sie sich fragen:

- Habe ich alle genannten Namen, Titel und Orte doppelt überprüft?
- Habe ich alle genannten Telefonnummern und Webadressen getestet?
- Ist der Artikel ausgewogen?
- Wer oder was könnte in dem Artikel fehlen?
- Habe ich allen Betroffenen eine Chance gegeben, mit mir zu sprechen?
- Habe ich Rechtschreibung und Zahlenangaben überprüft?
- Habe ich alle Informationen zu Fotos und Grafiken überprüft?

Allen Redakteuren gibt die *Detroit Free Press* dagegen folgende Fragen an die Hand:

- Hat der Autor alle genannten Namen, Titel und Orte überprüft?
- Hat der Autor alle genannten Telefonnummern und Webadressen getestet?
- Sind alle Zitate korrekt und angemessen verwendet?
- Erfasst jedes Zitat, was der jeweils Befragte gemeint hat?
- Ist der Artikel ausgewogen?
- Wer oder was könnte in dem Artikel fehlen?
- Werden Hintergrund und Kontext ausreichend erläutert, um die Relevanz des Themas plausibel zu machen?
- Erfassen Titel und Vorspann den Inhalt korrekt?
- Erfassen Bildunterschriften und Grafiktexte den Inhalt korrekt?
- Wurden Änderungen im Text mit dem Autor abgesprochen?

Die Society of Professional Journalists fordert in Ihrer »Accuracy Checklist«, dass Journalisten noch härter mit sich selbst zu Gericht gehen:

- Haben Sie Vertrauen in die Tatsachenbehauptungen in Ihrem Artikel und zu den Quellen, die sie geliefert haben?
- Können Sie alle Tatsachen belegen?
- Haben Sie für alle Schlüsselinhalte die Gegenprobe gemacht?
- Können Sie die korrekt geschriebenen Namen und die richtigen Telefonnummern aller zitierten Quellen angeben?
- Sind Sie sich ganz sicher, dass alle im Artikel genannten Tatsachen der Wahrheit entsprechen?
- Sind Sie darauf vorbereitet, Ihre Inhaltskontrolle öffentlich zu verteidigen oder auf sonstige Maßnahmen zur Überprüfung Ihres Textes zu antworten?
- Sind die Zitate in Ihrem Text korrekt, in ihrem richtigen Zusammenhang präsentiert?
- Zitieren Sie anonyme Quellen? Wenn ja, warum? Sind Sie darauf vorbereitet, sich öffentlich für die Verwendung solcher Quellen zu rechtfertigen?
- Verwenden Sie Material, Dokumente oder Bilder von anonymen Quellen? Warum? Wie groß ist Ihr Vertrauen in die Gültigkeit dieses Materials? Sind Sie darauf vorbereitet, die Verwendung dieses Materials öffentlich zu rechtfertigen?
- Haben Sie Personen, Minderheiten, Kulturen, Nationen oder Gesellschaftsgruppen beschrieben und dabei stereotype Adjektive verwendet? Sind diese Beschreibungen genau und in dem dargestellten Kontext bedeutungsvoll?
- Haben Sie anstößige Formulierungen oder Bilder in Ihrem Artikel verwendet? Gibt es einen triftigen Grund für die Verwendung solcher Informationen? Wäre der Artikel weniger korrekt, wenn man die Formulierung oder das Bild weglassen würde?
- Geben Ihre Überschriften (oder Programmkündigungen oder Titel) genau die Tatsachen und den Kontext des Artikels wieder, auf die sie sich beziehen?

von Bertram Weiß

Dem Irrtum auf der Spur

»Kriminalistisch denken«! Das muss ein Journalist, will er Fehler vermeiden – behaupten zumindest Recherchetrainer und Faktenprüfer. Aber was bedeutet das eigentlich?



Der Leitende Kriminaldirektor Ralph Berthel leitet die Hochschule der Sächsischen Polizei (FH) in Rothenburg/OL und ist Gründungsmitglied der Deutschen Gesellschaft für Kriminalistik.

Um präzise recherchieren zu können, muss man zweifeln. Das gilt für Journalisten und Kriminalisten gleichermaßen. Gerade deshalb können beide Seiten voneinander lernen. »Kriminalistisches Denken« ist zunächst einmal nichts anderes als ein Prozess der Problembewältigung. Es ist das Wissen um Methoden und Gesetzmäßigkeiten, um kriminalistische Probleme zu lösen. Es hat nichts mit Intuition und nur bedingt etwas mit Erfahrungen zu tun.

Denken in Modellen

»Kriminalistisches Denken« ist etwa nötig, um den Aufenthaltsort eines flüchtigen Täters oder einer entführten Person zu ermitteln, um festzustellen, ob eine Gefährdung durch eine Erpressung vorliegt, um herauszufinden, wie Täter und Opfer zueinander stehen oder welche Substanzen und Gegenstände während der Tat benutzt wurden.

Auf solche Probleme wenden Kriminalisten Gesetzmäßigkeiten aus der Logik und der Psychologie an, aber auch aus anderen natur- und geisteswissenschaftlichen Disziplinen. Kriminalistisch denken bedeutet deshalb auch, in Modellen zu denken.

Dazu spielt das Entwickeln von Hypothesen eine wichtige Rolle. Voraussetzung für dieses hypothetische Betrachten eines Geschehens, etwa dem Ablauf eines Tötungsverbrechens, ist immer das Vorliegen gesicherter Informationen.

Verifizieren oder Falsifizieren

Kriminalisten sammeln daher gesicherte, somit auch gerichtsverwertbare Daten zum Beispiel zum Todeszeitpunkt, zur Entstehung von Spuren an der Leiche oder am Tatort. Diese bilden die Grundlage für Hypothesen, etwa zum Tatablauf.

Nicht selten werden Hypothesen durch Ermittlungsexperimente, also durch Nachvollziehen von

kriminalistisch relevanten Geschehensabläufen überprüft: Kann beispielsweise ein Zeuge zu einer bestimmten Tageszeit (Beleuchtung und Sichtverhältnisse!) eine bestimmte Wahrnehmung überhaupt getroffen haben? Auch die Entstehung eines Spurenbildes kann durch ein solches experimentelles Vorgehen geprüft werden.

Einmal entwickelte Hypothesen sind bis zum Beweis ihrer Wahrheit ständig auf Richtigkeit zu überprüfen, also zu »verifizieren«. Falls erforderlich, sind Thesen abzuändern oder auch vollständig über Bord zu werfen, also zu »falsifizieren«.

Zweifeln als Grundhaltung

Die Grundhaltung des kriminalistischen Denkens ist der Zweifel. Es ist auf das Erlangen »wahr«, also beweisbarer Erkenntnisse gerichtet. Informationen oder Daten gelten so lange als »unwahr«, wie sie nicht zweifelsfrei bestätigt sind. Der Zweifel steht dem »gesunden Menschenverstand« mitunter im Weg. Suggestiert uns doch Letzterer, dass etwas – allein schon, weil es oft behauptet und ebenso oft wiedergegeben wurde – bereits unumstößlich, also »wahr«, sei.

Kriminalisten fragen daher bei der Aufklärung von Straftaten nicht danach, ob jemand üblicherweise an einem bestimmten Wochentag eine Kneipe aufsucht und leiten daraus den Schluss ab, dass er dies auch am Tatort getan haben muss. Sie suchen vielmehr nach Beweisen, die den Kneipenbesuch bestätigen oder eben ausschließen.

Der Rechercheur sollte gezielt Detailfragen einbauen, um das Erinnerungsvermögen der Quelle zu hinterfragen. So stellen Kriminalisten oft Fragen, wie eine bestimmte Zeitangabe zustande kommt. Das kann zum Beispiel durch eine Verknüpfung zu einer zeitlich zuzuordnenden Fernsehsendung oder einem anderen fixierbaren Ereignis geschehen.

Schlussfolgern – aber richtig!

Wer kriminalistisch denkt, schlussfolgert: Er schließt vom Allgemeinen auf das Spezielle oder umgekehrt und denkt in Analogien.

Auch hierbei geht es nicht um Hirngespinnste oder haltlose Vermutungen. Vielmehr sind Schlussverfahren ein systematisches Erschließen von Problemfeldern. Sie dienen letztlich – ebenso wie die Anwendung der Denkgesetze – dem Ziel, Zweifel zu überwinden und Wahrheit(en) zu erlangen.

Am Ende muss die Überzeugung stehen

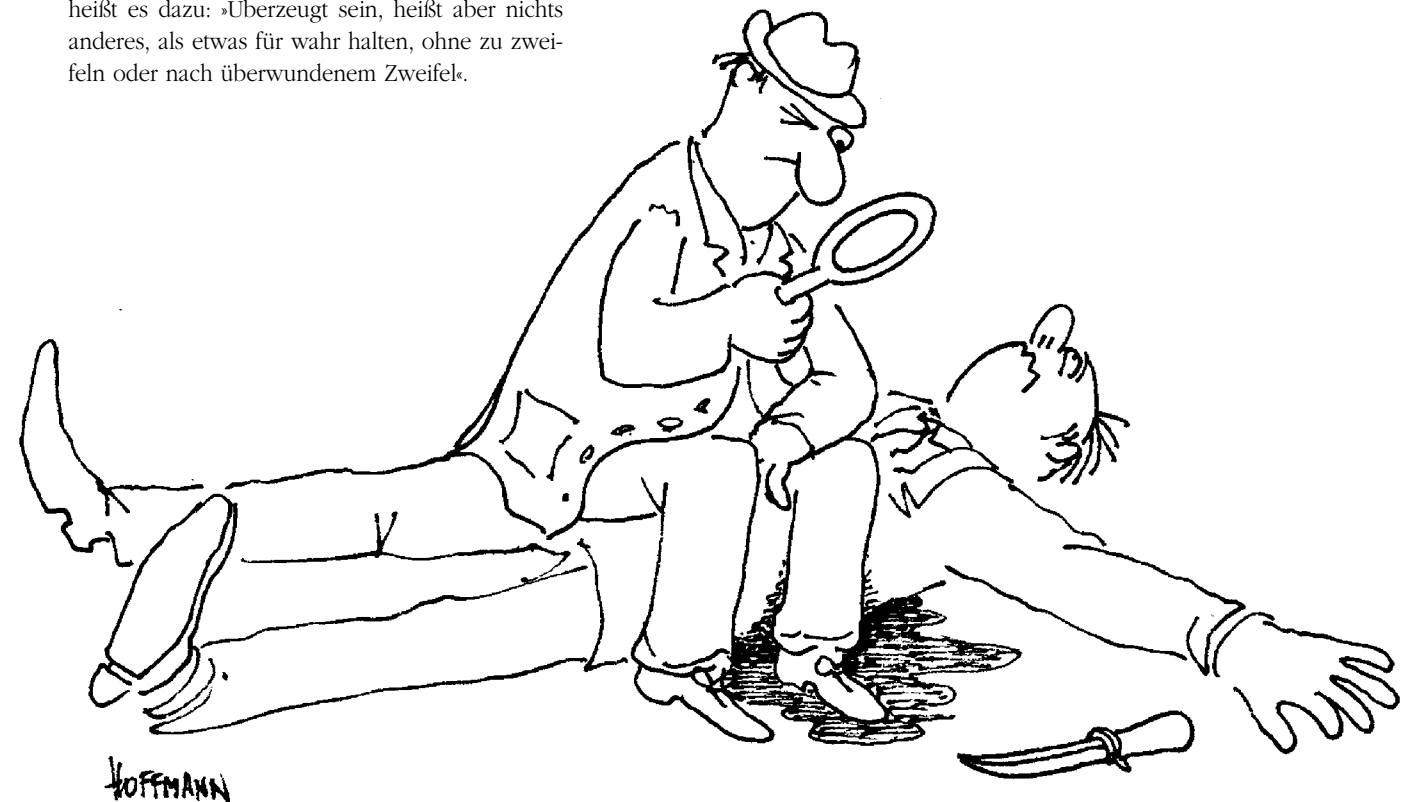
Zum Wesen der Kriminalistik gehört es, heuristisch zu denken, also nach Wahrheiten zu suchen, indem man vermeintlich sichere Aussagen und Erkenntnisse ständig hinterfragt. Am Ende dieses heuristischen Erkenntnisprozesses steht die Überzeugung von der Wahrheit.

Im Standardwerk »Kriminalistisches Denken« von Hans Walder und Thomas Hansjakob (2006) heißt es dazu: »Überzeugt sein, heißt aber nichts anderes, als etwas für wahr halten, ohne zu zweifeln oder nach überwundenem Zweifel.«

Der Rechercheur sollte erlangte Informationen stets kritisch betrachten und so lange zweifeln, bis er selbst vollständig überzeugt ist. Kriminalisten legen die Ergebnisse ihrer Ermittlungen im Regelfall einem Staatsanwalt oder Richter vor. Journalisten legen ihre Rechercheergebnisse zunächst den Betroffenen und danach der Öffentlichkeit vor.

Art und Form der Recherche oder Ermittlungen, Zielgruppen und natürlich auch Intentionen mögen sich unterscheiden. Aber auf dem Weg zum Ermittlungs- oder eben Rechercheergebnis müssen sich beide Berufsgruppen immer wieder die Frage nach der Gültigkeit, ja letztlich der »Wahrheit« ihrer Arbeitsergebnisse stellen.

Schließlich kann aber nur kriminalistisch denken, wer aufmerksam beobachtet und unermüdlich nach immer neuen Details und Informationen forscht. Das proklamierte schon Sherlock Holmes: »Daten, Daten, Daten«, rief er einmal. »Ich kann ohne Tonerde keine Backsteine machen.« ■



Fakten, Fiktionen, Fälschungen

Vertrauen ist gut – Kontrolle ist besser! Das zeigen wir zum einen anhand des folgenden Beitrags über den Reporter Stephen Glass. Zum anderen haben wir einen Dokumentar gebeten, den Beitrag unseres Autors zu checken.



Jakob Vicari arbeitet als freier Wissenschaftsjournalist in Hamburg.

Ian Restil, 15 Jahre alter Computer-Hacker, der aussieht wie eine jugendliche Ausgabe von Bill Gates, bekommt einen Wutanfall.« So beginnt die Geschichte »Hack Heaven«, erschienen am 18. Mai 1998 im Politmagazin *The New Republic*. Geschrieben hat ihn ein 25 Jahre alter Reporter: Stephen Glass.

Sein Artikel entfaltet den Kosmos der Hacker-Welt farbig und lebendig. Restil ist es gelungen, in die Systeme der Softwarefirma »Jukt Micronics« einzudringen, von einem Bibliothekscomputer aus. Der junge Hacker fordert von der Firma unter anderem ein lebenslanges *Playboy*-Abonnement. Der Hacker-Newsletter *Computer Insider* schätzt, dass Firmen in den letzten Jahren 900 Hobby-Hacker wie Restil engagiert haben.

Hacker, Firma, Newsletter – alles erfunden

Reporter Glass nimmt den Leser mit in diese Welt. Er scheint mittendrin zu stehen, in der Verhandlung dieses Hackers im ausgefransten Baseball-T-Shirt. Der Artikel ist brillant geschrieben, und er ist vor der Veröffentlichung durch eines der besten Fact-Checking-Verfahren gegangen, die es in amerikanischen Medien gibt. Und doch: Er ist gefälscht.

Der Hacker Ian Restil, die Firma, der Newsletter – sie alle entsprangen dem Kopf des jungen Autors Glass. Denn er selbst ist eine Art Hacker: ein Hacker des Qualitätsjournalismus. Er ist in eine Bastion eingedrungen und hat alle Sicherungsmechanismen ausgehebelt. *The New Republic*, gegründet im Jahr 1914, ist ein Magazin mit Tradition, bei dem Prestige mehr gilt als Auflage.

Überprüfungsrecherche: Drei-Tage-Foltertest

Zum Qualitätsverständnis des Blattes gehört auch die Dokumentation, ein Drei-Tage-Foltertest. Chef-

redakteur Michael Kelly installierte, als er vom *New Yorker* kam, dafür eine der ausgefeiltesten Redaktionsroutinen.

Doch Glass fabrizierte fast drei Jahre lang, zwischen 1995 und 1998, als aufstrebender Star 41 Artikel; in 27 davon fanden sich später Fälschungen. In einer Nachricht an die Leser schreibt die Redaktion: »Wir haben keine Ausrede für all das. Unser Mitgefühl gilt allen Betroffenen.«

Penenberg entlarvt Glass

»Mein Leben war eine Kette aus Lügen«, sagt Glass später in einem CBS-Interview. Glass, schwarze Brille, Locken, der naive Blick aus den graugrünen Augen – er beherrscht seine Rolle immer noch. Die Rolle des arglosen Journalisten, dem man die Arbeit zu leicht machte. Ausgedachte Figuren haben einen Vorteil, sagt er: »Solche Leute schreiben keine Leserbriefe.«

Entlarvt wird Glass kurz nach der Veröffentlichung seiner Geschichte »Hack Heaven« durch den Journalisten Adam Penenberg. Eigentlich soll Penenberg für *Forbes.com* die Geschichte über den Hacker Ian Restil neu schreiben. Doch der ausgewiesene Hacker-Experte hat Schwierigkeiten, Restil zu finden. Er meldet sich bei Glass' Vorgesetztem, Charles Lane. Als sich Penenbergs wachsende Zweifel nicht ausräumen lassen, fährt Lane mit Glass an den Ort der vermeintlichen Hacker-Konferenz, von der Glass in seinem Artikel berichtet hat. Das ist das Ende der Lügengeschichte.

»Es ist tough, das Gegenteil zu beweisen. Es ist sehr viel tougher zu beweisen, dass jemand oder etwas nicht existiert.« So beginnt Penenbergs Artikel über den Fall, erschienen auf *Forbes.com*. Später wird auch ein Hollywoodfilm namens

»Shattered Glass« über den Fall Stephen Glass gedreht. In dem Spielfilm sieht man die Szenen, die Glass für seinen Hacker-Report erfunden hatte. Und plötzlich sind Glass' Hirngespinnste nicht mehr ganz so überzeugend. Ian Restil ist pickelig und trägt eine Mütze, blau mit nach hinten gedrehtem Schirm. Er ist das Klischee eines rotzigen Computer-Nerds. Überraschend genug, dass das staubtrockene Fact-Checking ein Thema für Hollywood wurde.

Kein Fälscher im Journalismus ging so weit

Zeitzeugen, die die Redaktion kannten, wie Glass' Kollegin Hanna Rosin und *Slate*-Redakteur David Plotz, halten den Film für nahe an der Realität. Tatsächlich kommt er ohne den obligatorischen

Kerzenschein in der Fälscherwerkstatt aus, ohne Bettszene und Verfolgungsjagd. Die Internet Movie Database listet dennoch Fehler wie diesen auf: Als der Schwindel auffliegt, treffen Glass und sein Vorgesetzter Lane aufeinander. Glass soll gestehen. Tatsächlich duellierten sich dabei allein die Anwälte.

Kein Fälscher im Journalismus ging je so weit wie Glass. Als sein Schwindel aufzufliegen droht, installiert er sogar Anrufbeantworter und Webseite für die fiktive Firma »Jukt Micronics« – auch für alle seine fiktiven Figuren. Als vermeintlicher Hacker Restil schreibt er seinem Vorgesetzten eine E-Mail: »i hope you rot in hell«.

So heißt es zumindest im Film. Ob es diese Mail wirklich gab? ■

FACT-CHECK:

Der Dokumentar Arno Nehlsen überprüft für uns das Manuskript unseres Autors und zeigt, welche Fakten es zu hinterfragen gilt.

Die Verifikation beginnt mit dem genauen Lesen des Textes. Erste Unstimmigkeiten oder Rechtschreibfehler werden am Rand vermerkt. Danach wird der Text »gestrichen«, das bedeutet, alles, was verifiziert werden soll, wird unterstrichen. Und das betrifft alles, was objektivierbar, also nicht bloß Meinung des Autors ist. Jedes Faktum, unabhängig davon, ob es überhaupt verifizierbar ist oder ob der Dokumentar glaubt es zu kennen, wird in Frage gestellt.

Diese Dokumentation erfolgte allein mit Hilfe des Internets und dem Film »Shattered Glass«. Ein weiterer Schritt der Verifikation wäre die Recherche nach anderen Quellen (z. B. Archive) mit denen sich die Sachverhalte auf die Gegenprobe stellen ließen. Doch erweiterte Möglichkeiten sind in diesem Mini-Experiment – für den Autoren des Manuskripts, ebenso für den Dokumentar – nicht vorgesehen.

Geänderte Textpassagen sind durchgestrichen, alternative Formulierungen unterstrichen. An einigen Passagen steht eine Frage. Hier wurde in einer vertretbaren Zeit keine Quelle gefunden. In diesen Fällen ist

es ökonomischer, den Autor nach den entsprechenden Quellen zu fragen. Im Folgenden sind jene Passagen aufgeführt, in denen Korrekturen angebracht wären:

»Ian Restil, 15 Jahre alter Computer-Hacker, der aussieht wie eine jugendliche Ausgabe von Bill Gates, bekommt einen Wutanfall.« So beginnt die Geschichte »Hack Heaven«, erschienen am 18. Mai 1998 im Mai 1998 im des Politmagazins *The New Republic*.

Anmerkung: Der Artikel kann nicht am 18. Mai erschienen sein, weil die New York Times bereits am 12. Mai über den Rauswurf von Glass berichtet, der Text von Penenberg auf Forbes.com ist datiert auf den 11. Mai 1998.

Geschrieben hat ihn ein 25-Jahre-alter junger Reporter: Stephen Glass.

Anmerkung: 25 Jahre alt macht ihn zwar die New York Times 1998. Aber andere Quellen liefern widersprüchliche Aussagen:



Dr. Arno Nehlsen leitete von 1985 bis 2009 die Abteilung »Dokumentation« der Geo-Gruppe.

Die deutsche Wikipedia gibt das Geburtsjahr 1974 an, die englischsprachige 1972. Deshalb muss das Alter hier gestrichen werden.

Der Hacker-Newsletter *Computer Insider* schätzt, dass Firmen in den letzten vier Jahren 900 Hobby-Hacker wie Restil engagiert haben. (...) Zum Qualitätsverständnis des Blattes gehört auch die Dokumentation, ein journalistischer Drei-Tage-Foltertest.

Anmerkung: Wieso drei Tage? Dauern lange und kurze Geschichten gleich lang?

Angeblich installierte der ehemalige Chefredakteur Michael Kelly installierte, als er vom *New Yorker* kam, dafür eine der ausgefeiltesten Redaktionsroutinen.

Anmerkung: Kelly wurde schon 1997 entlassen, war also zum Zeitpunkt von »Hack Heaven« nicht mehr im Amt, deshalb ist er der ehemalige Chefredakteur. Dass Kelly vom New Yorker kam ist ok, aber dass er die Routine mitbrachte stammt aus dem Film, deshalb »angeblich«.

Doch Glass fabrizierte fast drei Jahre lang, zwischen 1995 und 1998, als aufstrebender Star 41 Artikel für *The New Republic*; in 27 davon fanden sich später Fälschungen.

Anmerkung: Er bat in dieser Zeit auch für andere Magazine geschrieben.

In einer Nachricht an die Leser schreibt die Redaktion: »Wir haben keine Ausrede für all das. Unser Mitgefühl gilt allen Betroffenen.«

Frage: Gibt es überhaupt eine Quelle für dieses Zitat?

»Mein Leben war eine Kette aus Lügen«, sagt Glass später in einem CBS-Interview. Glass, schwarze Brille, kurze Haare, der naive Blick aus den graugrünen Augen.

Anmerkung: Das Aussehen ist fraglich, denn ich kann auf dem Bild auf cbsnews.com keine Locken erkennen; auch der Blick ist eher wach als naiv. Da Letzteres eine subjektive Bewertung ist und wichtig für den Duktus der Geschichte, bleibt der Fakt drin.

(...) Doch der ausgewiesene Hacker-Experte investigative Reporter hat Schwierigkeiten, Restil zu finden. Er meldet sich bei Glass' Vorgesetztem Chefredakteur, Charles Lane.

(...) »Es ist tough, das Gegenteil von etwas zu beweisen. Es ist sehr viel noch tougher zu beweisen, dass jemand oder etwas nicht existiert«. So beginnt Penenbergs Penenbergs Artikel über den Fall, erschienen auf *Forbes.com*.

(...) Tatsächlich kommt er ohne den obligatorischen Kerzenschein in der Fälscherwerkstatt aus und ohne Bettszene und Verfolgungsjagd. Die Internet Movie Database listet dennoch Fehler wie diesen auf: Als der Schwindel auffliegt, Am Ende des Films treffen Glass, und sein Vorgesetzter Lane und ihre Anwälte aufeinander. Glass soll gestehen, welche seiner Storys gefälscht sind. (...) Kein Ich kenne keinen Fälscher, der im Journalismus ging je so weit ging wie Glass.

Anmerkung: Der Superlativ ist nicht zu verifizieren; Es gab in der amerikanischen Mediengeschichte sehr viele Fälscher.

Als sein Schwindel aufzuliegen droht, installiert er sogar Anrufbeantworter und Webseite für die fiktive Firma »Jukt Micronics« – auch für alle seine fiktiven Figuren Informanten. Als vermeintlicher Hacker Restil schreibt er seinem Vorgesetzten an Glass, also an sich selbst eine E-Mail: »i hope you rot in hell«. So heißt es zumindest im Film CBS-Interview. ■

Quellen im Internet:

- ▶ www.google.de/#hl=de&source=hp&q=cal+ripen+jr.&btnG=Google-Suche&meta=&aq=f&oq=cal+ripen+jr.&fp=72afe6b104a77c1d
- ▶ www.docstoc.com/docs/17288188/Hack-Heaven
- ▶ de.wikipedia.org/wiki/Stephen_Glass
- ▶ [en.wikipedia.org/wiki/Stephen_Glass_\(reporter\)](http://en.wikipedia.org/wiki/Stephen_Glass_(reporter))
- ▶ www.cbsnews.com/stories/2003/05/07/60minutes/main552819.shtml
- ▶ brunofranchini.files.wordpress.com/2009/05/stephen-glass.jpg
- ▶ www.imdb.com/title/tt0323944/goofs
- ▶ www.slate.com/id/2088948/
- ▶ www.kellyaward.com/mk_about_mk.html
- ▶ www.nytimes.com/1998/05/12/us/magazine-dismis-ses-writer-accused-of-hoax.html?scp=20&sq=%22stephen+glass%22&st=nyt
- ▶ www.forbes.com/1998/05/11/otw3_print.html#
- ▶ www.penenberg.com/biography.html

Impressum

Supplement der **message**
I. Ausgabe 2010
 »Fact-Checking«

ISSN 1610-3262
Einzelpreis € (D) 4,00
Abonnement 4 Hefte pro Jahr
€ (D) 12,00
Studenten und Volontäre
erhalten 30 % Rabatt;
Mengenpreise ab 10 Ex. auf

Anfrage:

Verlag der Evangelischen
 Gesellschaft
 message@evangemeindeblatt.de
 +49(0)711/60100-40

Konzeption dieser Ausgabe:

Bertram Weiß,
 Prof. Dr. Michael Haller (Vi.S.d.P.)

Mitarbeiter dieser Ausgabe:

Bertram Weiß, Anja Katzbeck,
 Uwe Krüger, Sebastian Feuß
 Frank Hoffmann (Illustrationen)
 Korrektorat:
 Rebecca Pohle, Claudia Nickels

Anschrift der Redaktion:

Menckestraße 27, 04155 Leipzig
 Tel: (0341) 200 403 13
 Fax: (0341) 200 403 21
 E-Mail:

redaktion@message-online.
 com

Internet: www.message-online.
 com

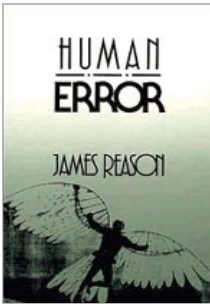
Anschrift des Verlags:
 Gesellschaft für

Medienentwicklung GbR
 Isestraße 26
 20149 Hamburg

Herstellung:

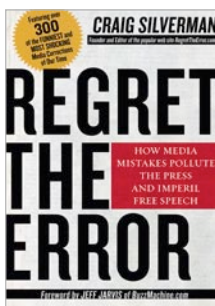
Holzmann Druck
 86825 Bad Wörishofen

BÜCHER UND LINKTIPPS FÜR DIE WEITERE LEKTÜRE


James Reason: Human Error. Cambridge University Press 1990

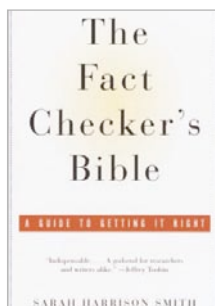
Der Autor James Reason ist Fachmann für Fehler. Der britische Professor für Psychologie hat die Hintergründe und Mechanismen menschlichen Versagens erforscht. Seine Arbeit beeinflusst maßgeblich den Umgang mit hohen Risiken, etwa eines Flugzeugabsturzes. Zwar ist kein

Fehler eines Journalisten mit dem Unglück eines Unfalls zu vergleichen. Aber Reasons Buch über die Grundlagen der Psychologie des Versagens ist auch für Medienmacher eine wertvolle Lektüre – denn auch Journalisten übernehmen mit ihrer Arbeit eine große Verantwortung für den Einzelnen und die Gesellschaft. ■


Craig Silverman: Regret the error. How Media Mistakes Pollute The Press And Imperil Free Speech. Union Square Press 2007

Das Urteil des Autors Craig Silverman klingt resignativ: »Was immer die Zukunft für die Akkuratheit und den Journalismus bereithalten mag: Es scheint sicher, dass der Strom von Fehlern und Korrekturen für

Jahrzehnte weiter fließen wird«. Doch der kanadische Journalist hat mit seinem Buch und seinem Webblog *regret theerror.com* ein gewichtiges Hindernis in diesen Strom geworfen. Er zeigt klar und unterhaltsam, in welchem Ausmaß Medien für Fehler anfällig sind und wie Medienmacher mit Fehlern umgehen können. Silvermans Buch ist keine Anklage, sondern ein hilfreicher Wegweiser für alle, denen die Glaubwürdigkeit des Journalismus am Herzen liegt. ■


Sarah Harrison Smith: The Fact Checker's Bible. A Guide to getting it right. Anchor Books 2004

Sarah Harrison Smiths Anleitung für die systematische Verifikation eines journalistischen Manuskripts rühmt sich zu Recht, eine "Bibel" zu sein. Detailreich erläutert die Autorin, die selbst bei amerikanischen Zeitschriften als Fact-Checkerin tätig

ist, den Prozess der Faktenprüfung. Ein kleiner Anhang führt bewährte Quellen für verschiedene Ressorts auf. ■


Guardian Ketteler: Zwei Nullen sind keine Acht. Falsche Zahlen in der Tagespresse. Birkhäuser Verlag 1997

Glaube nichts, was in der Zeitung steht. Vor allem, wenn es Zahlen sind. Dies könnte meinen, wer Kettelers Buch liest. Denn der Autor trägt weit über 100 Beispiele dafür zusammen, dass Journalismus und

Zahlen einfach nicht zusammenzupassen scheinen. Auf mitunter vergnügliche Weise rechnet Ketteler vor, welchen Unfug Medien mit Zahlen treiben und schärft den Blick für typische Fehler. ■


Hans-Hermann Dubben & Hans-Peter Beck-Bornholdt: Der Hund, der Eier legt. Erkennen von Fehlinformation und Querdenken. Rororo 2006

Es gibt viele Ratgeber für den Umgang mit Denkfehlern und logischen Irrtümern. Doch das Werk des Hamburger Autorenteams sticht aus der Masse hervor. Mit Witz und Sach-

verstand entlarven die Physiker Dubben und Beck-Bornholdt, auf welch haarsträubende Weise mitunter die moderne Forschung Fehler begeht und geradezu naiv mit Zahlen umgeht. Sie liefern wertvolles Handwerkszeug für alle, die bei sogenannten »wissenschaftlichen Ergebnissen«, insbesondere Statistiken, lieber zweimal hinschauen wollen. ■

Weblinks rund um Faktenprüfung und Richtigkeit in den Medien:

- ▶ www.aim.org
- ▶ www.stinkyjournalism.org
- ▶ www.factcheck.org
- ▶ www.factchecking.de
- ▶ www.fair.org
- ▶ <http://parklibrary.jomc.unc.edu/factcheckers2004.html>
- ▶ www.ibiblio.org/copyediting/tips.html

von Bertram Weiß

Figures, statistics and the journalist: an affair between love and fear

Some perspectives of statistical consulting in journalism

Holger Wormer

Chair of Science Journalism, University of Dortmund, Germany

Summary

With phrases like '50.1 percent of women like . . . ' and '49.9 percent of men hate . . . ' there seems to be nothing the media love more than figures and surveys which convey (apparently) simple messages. At the same time journalists seem to hate nothing more than too many figures or even calculations. Moreover mathematics and statistics are very unpopular even on the science pages of quality newspapers (e.g., Wormer 2006). This short note will give some reasons for the sometimes strange relationship between journalists and statistical data. Moreover it will discuss some proposals on how this relationship between journalists and statisticians may be improved in the future, e.g., by a cooperation in the field of computer assisted reporting (CAR).

1 The love affair: the fascination with numbers and surveys in the mass media

GEOWissen is one of the most popular magazines of popular science writing in Germany, similar to *National Geographic* and well known for interesting and well written stories. Nevertheless in 2005 its most cited 'story' by other German mass media covered just a double page with figures – answering the question 'What are we doing all these years?' by giving statistical data on how long the average man watches television during his lifetime (5 years and 6 months), how long he waits in traffic jams (6 months), or how long he has a sexual orgasm (in total 16 hours).

Other German magazines like *Focus* proudly present a 'Survey of the Week' giving results of public opinion polls concerning all questions of every day life. The media also love rankings with titles like 'The 500 Best Medical Doctors' or the 'Best Universities.' Sometimes even subjects like 'the probability of the improbable' or the 'science of randomness' are good for a cover story even in news magazines like *Spiegel* or *Focus* (2004). Statistics and numbers often seem to give just simple messages that fit into a short headline (although the given data and answers often do not seem very reliable to experts in statistics). Regarding the media circus of numbers and opinion polls in the popular press the daily German newspaper *TAZ* (2004) claimed: 'It is astonishing that there is no house of editors yet who has launched a special magazine on surveys and studies on the market.'

But the attraction of numbers does not seem to be limited to Germany. As the statistician Kevin McConway (2007) states also: 'The British public seems pretty keen to read statistics about the way we all live. The media are full of data from surveys on pretty well every

aspect of our lifestyles. That's how we know that over four times as many of us have mobile phones than we did six years ago, that British men spend, on average, 23 minutes longer a day watching TV than do British women, or that sales of fast food in Britain went up by 80% between 1993 and 2003.' McConway explains the love for numbers: 'We do like knowing what our fellow citizens are getting up to. And, if the information is in the form of impersonal statistics, we don't have to feel guilty about spying on our neighbours. I became a statistician partly because I like poking my nose into other people's business – most people don't go quite to this extreme, but we're still interested.'

According to McConway the fascination of numbers is certainly not unique to British people, either: 'The French seem even keener on statistics. They regularly publish glossy books on the topic, from which you can learn that there are 17.5 million pet dogs and cats in France, or that 13% of French people prefer to make love in the afternoon (as opposed to some other time of day).'

Apart from such personal findings some authors have at least tried to quantify the significance of numbers in the news. For example, Maier (2002) analyzed in a one-month content review more than 500 news stories in order to estimate how often mathematical calculation is involved in local news reporting. He found that nearly half of the stories examined required some sort of mathematical calculation or numerical point of comparison. Only in the Metro section were number-based stories outnumbered.

2 The rule of three and other moments of fear for journalists

On the other hand the media hate numbers or – even the simplest – calculations. As a typical example we will take a closer look at an editorial in the newspaper *Süddeutsche Zeitung* concerning the failure of BSE testing in Germany (Wormer 2004). The question was how many infected cows may have escaped the attention of the institutions because of 10,000, even less, incorrectly tested cows. A first answer was a simple calculation with the rule of three:

- 'As a result of three million tests, 54 infected cows have been found until today.'
- 'Actually less than 10,000 tests have not been done as prescribed.'
- 'Statistically seen there is probably not a single infected cow in the not correctly tested cattle.' ($54 \times 10,000 / 3,000,000 = 0.18$)

Of course besides pointing out the small risk in this case the editorial also discussed the possibility of a non-random choice of the not-tested cattle and the violation of consumer trust. However, the news editor of *Süddeutsche Zeitung* had the strong feeling that the rule of three calculation would be too difficult for the reader – even for the reader of one of the most prestigious newspapers in the country. He was probably right.

For similar reasons Steven Hawking may have been right to avoid all formulas except $E = mc^2$ as he explains in his bestseller *A Brief History of Time*: He was told that every formula in a popular book would divide the number of readers by two. Some (also psychological) reasons for the difficulties of the average person to estimate the proper results by given figures and his perception of risks are discussed by Gigerenzer (2003). Especially for journalists, reporting on things that have not yet happened but may happen in the future with a certain uncertainty is a big challenge. Classical news journalism is more used to giving facts of things that have already happened, e.g., the number of injured people and the estimated damage of a traffic accident. In general risk communication may be regarded as a 'natural' problem zone in journalism.

3 A common responsibility to avoid improper data with severe consequences?

Sometimes the problem with the perception of risks and numbers begins even in science itself (and especially in medicine!) before they find their way into the mass media. One example was the information given on a regular breast cancer screening in Germany. 'Within 10 years the breast cancer screening reduces mortality by 25%,' was an often cited sentence of medical doctors. Only a few in the media succeeded in uncovering this misleading information by using absolute instead of relative numbers, that is: 'Without breast cancer screening 4 out of 1000 women die of breast cancer within ten years. With the use of screening there are 3 out of 1000.' The weekly newspaper *Die ZEIT* (Koch and Weymayr 2003) even found a way of not only giving an explanation of these facts but also giving their readers a feeling of the figures. They printed hundreds of symbols representing the women who were supposed to have been tested to identify and to treat their cancer as opposed to the one woman who had not had the screening.

In general visualization is a wonderful but (until today) less developed method to demonstrate figures, facts and formulas clearly to readers and spectators (for an excellent treatment of the issue see Tufte 2001). As improper statistical data given by scientific or other institutions, governments and companies, as well as their improper visual presentation, often have severe consequences when distributed by the mass media without being scrutinized, there is a need for better quality control in these fields. For example, inappropriate rankings of the best universities in relation to the amount of the external funding could have a strong impact on their development. Other examples in the scientific community are errors in citation statistics that have often been discussed in scientific journals (e.g., *Nature* 2002) but curiously used for advertisement of such journals at the same time (e.g., an advertisement referring to the impact factor by using the slogan: 'No *Nature*, no impact!').

Such examples of bad or even manipulated statistical data are numberless (see, e.g., Best 2001, Huff 1993), and the sometimes severe consequences of distribution of improper data are the reason why experts in statistics and experts in journalism may share a kind of common (and perhaps more active) role as responsible watchdogs for the public (possible consequences of mathematical illiteracy are also discussed by Paulos 2000).

4 CAR: a special field for cooperation between journalists and statisticians

4.1 A brief history of computer assisted reporting and the handling of data-based stories

To some degree computer assisted reporting (CAR) may be regarded as a further development of precision journalism (Meyer 1973), an inquiry method in journalism which uses quantitative social science research methods to gather news (Demers and Nichols 1987): 'Precision journalism is already described for some journalistic investigations in the 1930s.' However, only the combination of powerful computers and the World-Wide Web has offered the possibility of storing and analyzing (or generating by web robots) big databases in order to discover ideas for a story or to add facts and proofs to a story which has already been initially investigated by classical journalistic means.

The first steps of CAR date back to the second part of the 1970s with the foundation of the society of *Investigative Reporters and Editors* (IRE) in the US (<http://www.ire.org>). Now

there is even a *National Institute of Computer Assisted Reporting* (NICAR) at the Missouri School of Journalism which stores and distributes databases to journalists systematically. Since 1989 there has been at least one *Pulitzer Prize* story every year generated by CAR techniques (Redelfs 2001). One example was the story of fraud in the election of the mayor of Miami: Journalists compared the voting register database with databases of estate agents to find the addresses, where five or more votes by mail came from one household or even from estates where no house existed (Wessel 2003).

However, the total number of database driven stories cannot accurately be estimated. According to the Acting Director of IRE in the past four years, more than 700 investigations that involved significant CAR work have been posted on the IRE website that tracks ongoing investigations. These represent a small percentage of the total number of stories that involve CAR in some way for a fact, context or graphic (personal communication, Houston 2007). Examples of database driven articles can be found in an overview of general investigative articles at <http://www.ire.org/extraextra/archives.html> or <http://www.ire.org/resourcecenter/search.php> (search: 'database').

As in statistics, in database driven CAR the quality of the results can only be as good as the original database. At the same time it may already be an interesting story if a journalist discovers that an important official database which is distributed by government agencies has serious deficits and faults. CAR-experts like Houston (2007) point out that it has always to be 'assumed that every database is in some way incomplete or imperfect and it is important to determine what its weaknesses are. (. . .) Integrity checks include checking for typographical errors, inconsistent entry of place names, amounts or numbers outside the normal range expected, and recalculating calculated fields or totals.' A collection of databases for journalists can be found at <http://www.ire.org/datalibrary>. Beside collecting and analyzing official databases from governmental and similar institutions some journalists also create databases by themselves for their own investigations. Of course, in both cases assistance from professional statisticians could be very helpful – maybe in the sense of further developing CAR into statistics assisted reporting (SAR), as proposed by one of the reviewers of this article.

4.2 CAR in Germany compared to the US

Although there is no evidence that the average US journalist is in general better qualified for dealing with numbers and statistics than his colleagues in Europe, at least among highly qualified journalists CAR seems to be more popular in the US than in many European countries. One reason may be a generally higher attraction to computer-based tools in the US; another one may be the Freedom of Information Act which traditionally forces US government organizations to transparency with facts and figures. A third reason probably is the much higher degree of specialization of US journalists, making it easier to establish a subspecies of journalists, 'number crunchers' who analyze databases to generate stories, whereas such behaviour is more or less unpopular among German journalists.

Nevertheless the association of investigative reporters in Germany (*Netzwerk Recherche*) has already started some efforts to make the field more popular in Germany (<http://www.netzwerkrecherche.de>). Moreover since 2006 the preconditions for CAR have improved also in Germany by the nationwide *Informationsfreiheitsgesetz* which – however, not as strict as the US Freedom of Information Act – will provide better access to government databases for statistical (and journalistic) analysis. One opportunity to get more media interested in the possibilities of such a systematical analysis of masses of the feared figures (see Sect. 2) are tailored study courses combining skills of journalism and statistics (e.g., the science journalism course at the University of Dortmund, [4](http://www.science-</p></div><div data-bbox=)

journalism.org). As science journalists also in general have by training the closest relationship to figures and formulas they may play a leading role here in the mass media. Another opportunity could be a systematic cooperation between journalists and statistical consultants.

Recently, there have been some encouraging developments: In June 2007 the biggest German news agency (*Deutsche Presse Agentur, DPA*) announced its intention to build a subdepartment (RegioData) in autumn 2007 which will specialize in generating and enforcing database driven articles. This is even more remarkable considering the fact that the most important costumers of DPA are regional newspapers.

5 Conclusion and proposals for a 'happy ending' to the strange love affair

As discussed before the media (and their audience) are highly interested in surveys, figures and statistics – at least if these are related to daily life. The explanation for that given by McConway seems to be reasonable from a journalistic point of view and is consistent with many aspects of news theories (Galtung and Ruge 1965). Since the closeness to the reader (listener, etc.) is one of the observed news factors the news theory is also consistent with the fact that journalists usually report on issues that have already happened, but not on events that have not yet happened (but may happen in the far future with a certain probability). Furthermore, it is likely most journalists have become journalists because they like dealing with language (if they had preferred to deal with mathematics they probably would have become statisticians) so that they are often not able and sometimes may not be willing to check statistical data by themselves – especially not in the extremely limited time slots of daily news and deadlines: Statisticians may have days and up to weeks for their analysis of a database, journalists usually have minutes to hours.

Regarding statistics as presented by statisticians it often seems to be too complicated for a general audience. A reader of a newspaper in an overcrowded subway is not able (and especially not willing) to read and decode a sophisticated data analysis. 'The medium is the message,' as stated by McLuhan (1964), where in general some complicated messages may be – at least to some extent – incompatible with the mass media. At the same time statisticians sometimes do not recognize by themselves the 'big media story' behind an interesting data analysis they have done. They are not used to thinking in story telling frames and news factors. They may also not know about the numerous investigation tools of professional journalism, which give some first statistical findings a political or economic angle which is of high interest to the public. Here some training in journalistic strategies, thinking and investigation tools for statisticians may also be helpful.

Rankings and competition seem to be of increasing importance in many areas in society (politics, economics, science) and wrong data may have more severe consequences. As a conclusion, journalists could combine an interesting statistical data analysis with a classical systematic investigation as well as helping statisticians to find an appropriate and understandable way of telling the story behind their figures and analysis in the mass media. CAR could especially be one interesting field here for an even deeper cooperation between journalists and statisticians.

To sum up, statistical consulting for the mass media could offer a common commercial perspective (as already illustrated by the above-mentioned project of the DPA) as well as a kind of promotion of statistics in the popular press. But it may also be regarded as a shared responsibility of transparency which should be assumed by journalists and statisticians in a modern society. □ (2007)

Acknowledgement

The author would like to thank Brant Houston, Jan Henner Reitze, Christoph Marty and Claus Weihs for a fruitful discussion of possible links between CAR and science journalism and Inka Reichert for finding some of the references.

References

Demers, D.P., Nichols, S. (1987) Precision Journalism. A Practical Guide. Sage, Newbury Park, 10

Best, J. (2001) Damned Lies and Statistics: Untangling Numbers from the Media, Politicians, and Activists. University of California Press, Berkeley, CA

(2004) Zufallsforschung: Warum immer ich? Wie das Unvorhersehbare unser Leben bestimmt. **Focus**, 17

Galtung, J.R., Ruge, M.H. (1965) The structure of foreign news. Journal of Peace Research 2, 64–91

(2005) Zeit – das ewige Rätsel. **GEOWissen** 36, 76–77

Gigerenzer, G. (2003) Reckoning with Risk. Learning to Live with Uncertainty. Penguin, London

Houston, B. (1998) Computer Assisted Reporting. A Practical Guide. St. Martin's, New York

Huff, D. (1993) How to lie with statistics. paperback reissue of the 1954 edn., Norton, New York

Koch, K., Weymayr, C. (2003) Vom Segen des Nichtwissens. Bislang gilt die Früherkennung als die wirksamste Waffe im Kampf gegen den Krebs. Doch ist sie das wirklich? Die ZEIT 23, 27–28

Maier, S.R. (2002) Numbers in the News: a mathematics audit of a daily newspaper. Journalism Studies, 34, 507

McConway, K. (2007) Statistics and The Media. The open university / BBC. <http://www.open2.net/moreorless/statisticsmedia.html>. Accessed 31 Aug 2007

McLuhan, M. (1964) Understanding Media. The Extension of Man. Routledge, London

Meyer, P. (1973) Precision Journalism. Indiana University Press, Bloomington

Nature Opinion (2002) Errors in citation statistics. Nature 415 (6868), 101

Paulos, J.A. (2000) Innumeracy. Mathematical Illiteracy and its Consequences, reprint from 1990, Penguin, London

Redelfs, M. (2001) Computer Assisted Reporting als neue Form der Recherche. In: Kleinsteuber, H. Aktuelle Medientrends in den USA. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden

(2004) Prinzip Zufall. Die Wahrscheinlichkeit des Unwahrscheinlichen. Der **Spiegel**, 33

(2004) **TAZ**, 5 July 2004

Tufte, E.R. (2001) The visual display of quantitative information. 2nd edn., Graphics, Cheshire, CT

Wessel, R. (2003) Investigative Datenjongleure. message, no 2

Wormer, H. (2004) Sars, BSE und Pkw. Auch wenn manche Risiken häufig überschätzt werden, entschuldigt das keine Schlampereien. Süddeutsche Zeitung, 4

Wormer, H. (ed.) (2006) Die Wissensmacher. VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden, 20

Confessing Errors in a Digital Age

‘With accuracy as the foundation of media credibility, setting the record straight is essential to restoring trust that is eroded by errors.’

By Scott R. Maier

“Accuracy is our goal, and candor is our defense” proclaims The Washington Post’s credo for handling corrections, and doing so promptly. Imagine the chagrin when earlier this year the newspaper’s ombudsman, Andrew Alexander, discovered a backlog of hundreds of correction requests; a few dated back to 2004. In his column, “A Corrections Process in Need of Correcting,” Alexander observed that reporting inaccuracy for some was akin to “sending a correction request into a black hole.”

Rest assured that the Post won’t be lonely in digging deep into this black hole.

News errors rarely are corrected. In a study I did of factual errors reported to 10 daily newspapers, I found that nearly all – 97 percent – went uncorrected. Nevertheless, survey research indicates the majority of U.S. newspaper editors and reporters believe that a correction “always” follows a detected error. This level of faith is not widely shared by newspaper readers.

It’s important to understand why newspapers have tended to fall short on their perceived commitment to correct what they got wrong the first time around. And in a time when anybody can easily post – and pass along – news and information online (usually without an editor’s scrutiny), the need is greater than ever to set in place a coherent system of correcting errors – despite the digital practitioners’ assurances about the Web’s inherent self-correcting nature.

With accuracy as the foundation of media credibility, setting the record straight is essential to restoring trust that is eroded by errors. The code of ethics of the Society of Professional Journalists states: “Admit mistakes and correct them promptly.”

So, if corrections are agreed to be a fundamental contract of journalism, then why have newspapers shown themselves to be hesitant, at times, to acknowledge their errors? I’d propose a few explanations:

Unwillingness to recognize errors are numerous: Journalists err more often than many in the profession acknowledge – or even realize. The first step in overcoming inaccuracy is to recognize that errors in the press are far more numerous than the “corrections box” would indicate. Industry and scholarly research have documented time and time again that errors in the news media are disturbingly common. The largest accuracy audit, a recent study that Philip Meyer and I conducted of 22 newspapers, found an error rate among the highest in seven decades of accuracy research: over 59 percent of local news and feature stories

were found by news sources to have at least one error.¹ Still to be assessed by research is the toll on accuracy brought by newsroom staff reductions and the concurrent expansion to 24/7 operations producing print and digital editions of the news.

Hesitancy in offering corrections: In a follow-up study, I tracked 1,220 news stories identified by news sources as being factually flawed. Of those, corrections were published for 23 of them, a corrections rate slightly below two percent.

Hesitancy in demanding corrections: Journalists and news organizations are often unaware of the errors they've made. In our cross-market examination of accuracy of U.S. newspapers, Meyer and I found that only about one in ten news sources informed the newspaper of errors that they'd identified. While many errors were considered too inconsequential to correct, news sources also expressed a sense of futility; either a correction would do little to set the record straight, or worse, that their complaints would draw reprisal from the newspaper.² The study's findings are consistent with a large-scale public survey by Associated Press Managing Editors, in which many people told pollsters that they don't contact newspapers about mistakes.

Reader complaints are often ignored or denied: The news media can hardly be expected to correct errors they do not know were made, but what happens when mistakes are brought to their attention? Too often, very little. Of 130 news stories in which the news sources said they informed the newspapers of factual inaccuracies, complaints yielded only *four* published corrections. In other words, the corrections rate budged barely higher (three percent compared to two percent) when sources reported factual errors than when they did not inform the newspaper of errors.

There are few incentives to acknowledge errors. Even quality newspapers often lack a system or culture of vigilance when handling reported errors. As Alexander notes in his Washington Post column, "Accountability is lacking. Reporters and editors can neglect correction requests with little consequence. Correction rates are not typically raised in performance evaluations."

Corrections Online

The corrections system is often flawed in print journalism, but the checks and balances needed to assure accuracy are arguably even more haphazard with the journalism that news organizations display online. In a survey of 155 U.S. newspapers, my colleague

¹ These findings were published in, "Accuracy Matters: A Cross-Market Assessment of Newspaper Error and Credibility," *Journalism & Mass Communication Quarterly* 82 (autumn 2005): 533 – 51 and in Philip Meyer's book, "The Vanishing Newspaper: Saving Journalism in the Information Age (Columbia, MO, University of Missouri Press, 2004)

² The article about these findings, "Setting the Record Straight: When the Press Errs, Do Corrections Follow?" can be read at www.allacademic.com/meta/p_mla_apa_research_citation/0/9/1/5/3/pages91538/p91538-1.php

John Russial found that in only half of the newsrooms were stories posted online always copy edited. Among larger newspapers (circulation above 100,000), a quarter reported they never copy edit online stories. Blogs received even less scrutiny – only one third of editors said they copy edit these Web postings. This sharply contrasts with the print tradition of having all stories, including staff columns and guest opinions, be edited for accuracy, style, taste and libel.

“Unlike reporters and photographers, copy editors have not been invited to participate in the online revolution at many newspapers. That failure might have serious implications for the quality of newspapers,” Russial dryly concludes in an article published in the *Newspaper Research Journal*.³

Many bloggers contend that online news needs less editorial oversight because readers quickly point out errors and content is corrected in real time. “We need to realize that journalism and the telling of a news story is a process, and we don’t have to wait until we have everything before we publish,” writes Mathew Ingram in a PoynterOnline column with the provocative headline, “Break Journalism Rules When You Blog?” Ingram continues: “That doesn’t mean we should stop at telling just part of a story, of course; but it is fine to publish something short, then update, edit and correct. That’s what wire services do, after all.” A responsible blogger, Ingram adds, acknowledges mistakes and corrects them.

Still, a clear standard for handling online errors is lacking. As corrections monitor Craig Silverman notes in his “Regret the Error” column⁴, news organizations often “scrub” their errors online. This means that an entire story can disappear without explanation when it has been found to have been erroneously reported. Yet, others not only quickly correct errors but acknowledge within the article what had been previously misreported. Unformulated, too, are accepted standards for correcting assertions made in citizen videos, blogs and other forms of social media.

Silverman argues that acknowledgement of inaccuracy is even more essential in an online world than in print because it is virtually impossible to erase erroneous information posted on the Internet. He says: “Online errors don’t disappear like yesterday’s print edition. News organizations need to recognize what the new permanence means for errors and corrections, and act accordingly.”

Improving Accuracy

News accuracy is an age-old challenge, now heightened by the online realities of real-time, multimedia reporting by citizens as well as professional journalists. While it’s not plausible, or perhaps even desirable, for every news error to be detected and corrected, clearly the profession – in print and online – can and should do better.

³ Russial’s article, “Copy Editing Not Great Priority for Online Stories,” was published in the Spring 2009 edition of *Newspaper Research Journal*

⁴ Silverman’s article, “Reliable News: Errors Aren’t Part of the Equation,” appeared in the Spring 2009 issue of *Nieman Reports*.

Minimizing errors by figuring out why they happen and doing what it takes to get the story right at the start is, of course, the best solution. As absurdly obvious as it might sound, the evidence supports it wholeheartedly. Research shows that error rates fall markedly when two things happen:

1. Reporters take the time to recheck their work sentence by sentence.
2. When reporters and editors are held accountable for mistakes when they occur.

Ensuring prompt corrections is another good remedy. Might also seem obvious, but when National Public Radio last year adopted a vigorous policy to identify and correct mistakes in broadcasts and on the Web, the network reports that its corrections' page had nearly as many error posts in one month as it had during the entire preceding two years. And The Washington Post whittled its huge corrections backlog after summoning 30 editors and staff for "remedial training" on how reported errors should be handled.

Digital practitioners should recognize that it isn't sufficient just to keep updating content as mistakes are discovered. If time doesn't permit traditional copy-editing, then a system of "back editing" should be implemented so that all content benefits from a editor's eye. Mistakes should not only be promptly corrected but also explicitly acknowledged in the story.

Then there is the now-legendary claim that the interactive nature of digital media makes mistakes quicker to be identified and corrected. This premise needs to be tested and evaluated by independent research. In the meantime, communication scholars also can help identify and evaluate ways to proactively curb inaccuracy as well as to encourage corrections when errors are made, whether in print or online.

Technological change does not fundamentally alter the need to publicly confront these errors. As The Washington Post states in its corrections' policy: "We have an affirmative obligation to make corrections, not just to avoid repeating them. Confessing error enhances our credibility with readers, and humbles us appropriately."##

Scott Maier is an associate professor at the University of Oregon School of Journalism & Communication. He worked for nearly 20 years as a newspaper and wire service reporter in Seattle, where he acknowledges having made more than his share of errors requiring correction.

Regret the error
by Craig Silverman

just over \$2 million in Canadian funds. The *Globe and Mail*, which broke the story in August 2006, noted, “It could be the most costly piece of punctuation in Canada.”

One company thought it had locked the other into a five-year deal. But a misplaced comma allowed the other party to slip out sooner. The contract stated that the agreement “shall continue in force for a period of five years from the date it is made, and thereafter for successive five year terms, unless and until terminated by one year prior notice in writing by either party.” According to regulators (and language buffs), the placement of the second comma in the sentence enabled the contract to be canceled at any time upon one year’s written notice. This was supposed to apply only after the initial five-year deal.

“The controversial comma sent lawyers and telecommunications regulators scrambling for their English textbooks in a bitter 18-month dispute that serves as an expensive reminder of the importance of punctuation,” wrote the *Globe’s* Grant Robertson.

Much like how the proofreaders of old might catch many of the spell-checker-created errors of today, lawyers from another time might have been more prepared to catch that costly comma, according to one expert. “In olden times, lawyers would have acquired (an approximation to) these skills in the course of learning dead languages,” wrote University of Pennsylvania phonetics professor Mark Liberman. “These days, I suppose that few of them get any educational help at all in such matters, and have to fall back on their native wit, such as it may be.”

Substitute “educational help” for the assistance of proofreaders and it’s a sentiment that could just as easily apply to the newspaper journalists of today. Proofreaders are long gone, but their absence is felt—and read—on a daily basis, thanks to the onslaught of errors and typos present in daily newspapers.

CHAPTER 12

THE BIRTH (AND SLOW DEATH) OF MAGAZINE FACT CHECKING

AFTER ITS FOUNDING IN 1923, *Time* magazine began employing a group of women—and *only* women—to check the facts in the magazine. “A number of early research departments, including that of *Reader’s Digest*, were markedly discriminatory,” according to Sarah Harrison Smith in her 2004 book, *The Fact Checker’s Bible*. “Fact-checking was considered women’s work.”

These female checkers are considered the first fact-checkers in the publishing industry, and they, along with the staffers who started checking at the *New Yorker* in 1927, helped establish fact checking as a practice within major North American magazines. The concept of fact checking as “women’s work” would persist for decades. “The checker, or researcher, is usually a girl in her twenties, usually from some Eastern college, pleasant-looking but not a *femme fatale*,” wrote Otto Friedrich in a 1964 feature about fact checking at newsweeklies for *Harper’s* magazine. “She came from college unqualified for anything, but looking for an ‘interesting’ job. After a few years, she usually feels, bitterly and rightly, that nobody appreciates her work.”

The job itself is straightforward: fact-checkers take the notes, interviews, and sources used by a reporter and combine them with research, using credible outside sources to verify every fact, statistic, and quote in an article prior to its publication. Checkers look at names, dates, numbers, quotes, descriptions—anything and everything that is verifiable and not opinion. “The theory of fact checkers is that even the tiniest details are part of the larger whole, like bricks in a building,” said a

1998 article in the *New Republic*. “For the sake of credibility—a term fact checkers invoke with reverence—all the facts have to be right . . . if one brick crumbles, the whole structure is weakened.”

Like that of the proofreaders of the past, the goal of magazine fact-checkers is to deliver that last line of verification before something makes it into print. Also like the proofreaders of yore, fact-checkers toil in obscurity and have a spotlight shone on them only when something goes terribly wrong.

In the early days of checking at *Time*, editor Edward Kennedy prepared an informative memo for the women of his checking department, though one has to get past his sexist view of the position to appreciate his words:

CHECKING IS . . . sometimes regarded as a dull and tedious occupation, but such a conception of this position is extremely erroneous. Any bright girl who really applies herself to the handling of the checking problem can have a very pleasant time with it and fill the week with happy moments and memorable occasions. The most important point to remember in checking is that the writer is your natural enemy. He is trying to see how much he can get away with. Remember that when people write letters about mistakes, it is you who will be screeched at. So protect yourself.

Kennedy’s memo highlights some of the eternal truths about fact checking: the work rarely earns outside recognition unless a mistake occurs; fact-checkers will often unfairly suffer from a lack of respect; there is some joy and much honor to be found in checking; and, finally, writers make mistakes. The idea of a writer and checker being “natural enemies” is perhaps a bit too dramatic, though a healthy adversarial relationship is often required.

In the end, fact-checkers exist to make the writer and the magazine look good and to protect them from embarrassment or legal action. To do this, they must take nothing at face value and blind themselves to any preconceived notions about the article or its author. Many begin a check by assuming everything in an article is wrong.

“Pound for pound, the most mistake-packed article I have ever checked was written by a Pulitzer Prize winner,” wrote Ariel Hart, a freelance fact-checker at the *Columbia Journalism Review*, in a special report after the Jayson Blair scandal at the *New York Times*. “As I approached the job, I felt I was on a futile mission. The piece seemed fine, the facts made sense, and most important, the narrative voice spoke with total authority. I could not imagine finding any mistakes here, but I’m paid by the hour so I set to work. Immediately, I found a significant error in the lead, then a cascade.”

Hart noted that the writer “moved from impatience to outright anger” at being asked for backup material. But, as is often the case, after being delivered corrections to the piece, the author ended up offering “gracious cooperation.” The writer’s reputation as a Pulitzer Prize winner had been safeguarded.

It’s not known if one specific inaccurate article in *Time* was what caused its editors to recruit their cadre of female checkers, but it is believed that a single particularly flawed story led to the creation of a fact-checking department at the *New Yorker*, in 1927. The magazine is now sometimes referred to as “the Vatican” of fact checking—but it took a measure of embarrassment to get it to that standing.

The February 12, 1927, issue of the magazine carried a profile of poet Edna St. Vincent Millay written by Griffin Barry. It began, “Edna Millay’s father was a stevedore on the wharves at Rockland, Maine. So was his father.” In the same paragraph, the story noted that Millay’s mother “appears to remember little of her own biography.”

In fact, her mother’s recollection was quite good. Under the headline “WE STAND CORRECTED,” the magazine subsequently printed a letter from Mrs. Cora B. Millay that proceeded to list several inaccuracies in the piece and chastise the writer for not contacting her or her husband, especially since “both of these parents are living, and in full possession of their faculties.” Mother was not pleased.

Mrs. Millay began her dissection of the article by noting that, contrary to the opening sentence of the piece, her husband was not a stevedore and neither was his father. “Henry T. Millay, the father of my daughters, was in his younger days a schoolteacher,” she wrote, and

then continued on with several more corrections. In fact, the letter was the result of a compromise in order to avoid a lawsuit after “the poet’s mother stormed into the magazine’s offices and threatened to sue if an extensive correction was not run,” Harrison quotes Ben Yagoda in his book, *About Town: The New Yorker and the World It Made*.

This embarrassing incident was compounded by the magazine’s tendency to point out the errors, awkward language, and amusing gaffes in other publications. In the issue that carried the Millay letter, for example, the magazine had reprinted this advertisement from the *Fremont Eagle* of Indiana: “Don’t divorce your wife if she can’t cook—eat at the Hotel Fremont and keep her for a pet.” The magazine commented underneath, “But suppose she can’t pet either?” *New Yorker* founder Harold Ross saw that, thanks to its treatment of other publications, his magazine was likely to come under extra scrutiny. In 1927 he sent a memo to staff that set out a high standard for the magazine. “What with our making fun of other publications and what with the nature of the magazine, ‘The New Yorker’ ought to be freer from typographical errors than any other publication. . . . A SPECIAL EFFORT SHOULD BE MADE TO AVOID MISTAKES IN ‘THE NEW YORKER.’”

That memo and the Millay debacle set the magazine on a path to a place among the publications most respected for their accuracy. (Millay earned another distinguished place in the annals of corrections when an embarrassing typo in an ad for a collection of her love sonnets referred to it as “Immoral Poetry” instead of “Immortal Poetry.” The ad appeared in the *New York Times* on July 28, 1931, and caused Adolph S. Ochs, the owner of the paper, to write his business manager, “I regret to say that I think the error was to their advantage.” Seeing as it was the paper’s mistake, Ochs said a correction would make “an interesting item besides being an act of justice.” And so one was published.)

Thomas Teal, who worked as a checker at the *New Yorker*, once estimated in the late 1980s that the magazine’s checking department had eliminated a thousand errors in a single issue. In addition to the rigorous checking applied to written work, including fiction, the cartoons are also fact-checked, according to Erin Overbey, one of two head librarians at the magazine. “Every cartoon is fact-checked for accuracy and

also checked against the library’s archive to make sure that a similar cartoon has not run previously in the magazine,” she said. “If a drawing of the White House has the wrong number of columns on it or if a man’s coat is buttoned on the wrong side, then the fact-checking department informs the cartoon department of the discrepancy. . . . In addition, if a cartoon caption gets a proper name wrong or, say, locates the Nôtre Dame in Bangkok, the fact-checking department will point out these inaccuracies. The cartoonists have learned that even a detail as small as the number on a taxicab will be checked to make sure it does not represent an actual cab number.”

If it all sounds a bit too pedantic, that’s the point. Checkers must revel in the finest of details, be willing to make phone call after phone call to confirm the smallest fact, and do it all knowing that if any recognition for their work is forthcoming it will likely be for a mistake they made. It’s a job that requires a special kind of person.

Anatomy of the Checker

ASK A FACT-CHECKER or the head of a fact-checking department what makes a good checker and you are likely to hear a list of psychological conditions including obsessive-compulsive disorder and split personality. Anne “Dusty” Mortimer-Maddox, who worked as a checker at the *New Yorker* and several magazines in Canada, told me that when it comes to the job, “OCD is the whole ball game.”

I also asked Robert Scheffler, the research editor at *Esquire*, what made him suited to the job.

“I’m German,” he offered with a smile. “Something in me just really loves to dissect a piece, tear it apart and figure it all out.”

Being able to deal with writers and outside sources requires a certain level of tact. A checker will encounter resistance, outright hostility, grudging cooperation, and immense gratitude, often while checking the same article or single fact. The range of emotions can be wide, but checkers have come to expect a certain progression with writers who are new to the process, or are surprised by their own fallibility. In general,

the more a writer deals with fact-checkers, the more he or she comes to appreciate them, though some famous writers choose to avoid checkers altogether: “Fact checkers at *Esquire* aren’t allowed to talk to Norman Mailer,” reported the *New Republic* in 1988. “Gore Vidal is also said to be hard to check. “They think we’re tinkering with the muse,” said one checker at the time.

Fact-checkers often possess surprising skills and characteristics. The *New Yorker’s* current head of fact checking, Peter Canby, told a reporter in 1998 that he wanted checkers with “split minds,” meaning “the education and interests of a generalist, the surgeon’s focus on detail.” In the same article, the department head at *Vanity Fair* revealed a preference for “terrier-like” checkers.

Canby declined to conduct an interview with me, but did respond by e-mail. “It’s not that we don’t make mistakes of course: we aspire to no mistakes but find that goal continually elusive,” he wrote. “Nor is there anything particularly magical about our procedures—we just take the pursuit of accuracy seriously and work hard to approximate it.”

Checkers are often hired based on certain areas of expertise. Depending on the focus of the magazine, the team must have a mix of those with facility in pop culture, politics, the arts, sports, fashion, and other categories. At the *New Yorker*, fluency in a foreign language is reportedly valued. “Their prowess for languages may be what separates them from other fact-checking departments; Farsi, Sinhalese, Spanish, French, and Italian are all spoken there,” noted a spring 2002 article in the *New York Review of Magazines*.

Cynthia Brouse, a Canadian journalist and editor with more than fifteen years of fact-checking experience, teaches a fact-checking course in the journalism department at Ryerson University in Toronto. She said one of her best attributes as a checker is her degree in the psychology of linguistics because it helps her spot errors that others often don’t pick up on.

What one doesn’t frequently hear, however, is that good checkers should be aspiring writers or reporters. Having excellent reporting skills is always appreciated, but few major magazines with full-time checking departments will want someone whose ultimate goal is writing. (And here is another truth about fact-checkers: In North America they exist

primarily at large-circulation magazines. Smaller publications can’t afford them, and elsewhere in the world, the practice itself is not common. For example, one British expert’s response to my inquiry about magazine fact checking in the United Kingdom was a hearty laugh.)

OF ALL THE ATTRIBUTES of a checker, doggedness is the most valued. A checker who gives up after finding one seemingly reliable source won’t last long. And, of course, a checker who makes mistakes won’t last, period. A checker was dismissed from the *New Yorker* after making five mistakes in a January 24, 1994, Talk of the Town article. “There were five errors in two and a half columns of copy, and I just was not comfortable with going ahead with the next piece with that checker,” managing editor Pamela Maffei McCarthy told the *Columbia Journalism Review* in 1994. In an ironic twist to the tail, the article dealt with Court TV, a channel owned by Stephen Brill, a journalist, author, and entrepreneur. When he was editor in chief of *American Lawyer*, he had distinguished himself in the history of fact checking by making a habit of inserting errors in the articles. It was his way of checking up on the checkers.

Since for checkers failure is not an option, there are numerous stories about them going far beyond the call of duty. Even the fiction in the *New Yorker* has produced its share of checking tales. One short story about sailing on the Indian Ocean caused Thomas Teal, a checker, to plot the vessel’s fictional course. He realized that the purported path of the boat was impossible, so he created a new course and passed it by the author. “I knew nobody would notice the difference,” Teal said later. “But there’s a certain aesthetic pleasure in just knowing it’s correct.”

There is also the tale of a stringer (freelancer) employed by an unnamed newsweekly who, in 1953, was asked to confirm some details about General Muhammad Naguib, who had just been elected Egypt’s first president. The writer of the piece sought to convey Naguib’s modesty by noting that his name didn’t appear among “the 000 people listed in *Who’s Who in the Middle East*.” He was also said to shun luxury and “had refused to live in the royal palace, surrounded by an 00-foot-high wall,” according to Friedrich’s retelling in *Harper’s*. The stringer was asked to fill in the “00”s with the correct numbers.

The deadline for the information came and went with no word from the stringer, so the publication reworked the article to exclude the missing numbers. It later received a telegram that was approximated by Friedrich to read, "I am in jail and allowed send only one cable since was arrested while measuring fifteen foot wall outside palace and have just finished counting thirty eight thousand five hundred twenty two names Whos Who in Mideast."

The doggedness of a checker can also sometimes inspire others to join in the hunt. Davin Coburn, the head fact-checker at *Popular Mechanics* magazine, recalled trying to locate the identity of a football player who was in the background of an illustration of a famous play that occurred in the 1960s. Coburn clearly had the checking bug early on; at the time he was only an intern at *Sports Illustrated for Kids*. "I'm hazy on the 17 phone calls I made until ending up with some one-hit-wonder documentary director with B-roll in his basement [of the original play]," he told me. "He watched the thing while I was on the phone so he could pluck a last name from the jersey."

PEOPLE AREN'T ALWAYS so cooperative. In July 1980, *Esquire* ran an article about the invention of the vibrator and interviewed its inventor, Tex Williams. He said he had come up with the vibrator because his wife at the time had trouble reaching orgasm. Ava Plakins, the checker working on the piece, called Williams's ex-wife to confirm the tale. "That son of a bitch!" the woman exclaimed. "Did he tell you that the reason I couldn't have an orgasm was because he was a premature ejaculator?" Plakins ended up getting the former couple to speak and resolve their issues. The published story included both of their points of view.

The often invisible job of fact checking received a measure of notoriety when Jay McInerney made the main character of his best selling novel, *Bright Lights, Big City*, a fact-checker at a big New York magazine. The book was later made into a film starring Michael J. Fox, who studied for the part by spending time in the fact-checking department at *Esquire*. One of his checking tasks involved verifying a recipe for blueberry pie. Fox called a local bakery to verify its contents. "The baker got

very irate and said, 'Young man, I don't know who the hell you are, but that pie is going to explode if you don't poke some holes in the top,'" recalled former *Esquire* research editor Larkin Warren. Fox was so enthralled by his discovery of an important omission that he rushed into Warren's office "screaming that he'd saved America." Call it the thrill of the fact.

Fact-checkers often encounter people, even some who have had a lot of media coverage, who have never before received a call from someone like them. For these sources, the ritual of having every detail about themselves confirmed and every quote paraphrased back is a curious but enjoyable procedure. Some, of course, try to dispute material or quotes that might reflect poorly on them, and that's when the checker must work with the editor and writer to see what they have on tape or from reliable outside sources. It's this kind of judgment call that presents the checkers with some of their bigger problems. For interviews, a recording can provide the essential evidence, but reporters don't record everything. In such cases the checker must rely on the writer's notes. The stark reality of checking notes surfaced in the case of Stephen Glass, a writer for the *New Republic* who in 1998 was revealed to have fabricated at least thirty-five stories for it and other publications. (It was a dose of irony, considering that an amusing 1988 *New Republic* article about fact checking concluded that "facts aren't really that important. A few factual errors don't undermine the crucial essence of a story.")

Glass's story was later turned into a film starring Hayden Christensen in the lead role. In one scene, Glass returns to his old school to speak to a class about being a reporter. "There is a hole in the fact-checking system," he tells the kids. A montage of scenes showing how a story is edited, checked, reedited, rechecked, and on and on, reveals the supposed inner workings of the magazine's process. The fictional Glass then explains that, in some cases, all the checker has to go on are the writer's notes.

The real Stephen Glass had in fact forged his notes for the checkers. Everything was there on paper to compare to his reporting, but the notes were pure fiction.

“I knew how the system worked,” Glass told *Go Minutes* in a segment that aired in August 2003. “And I made it so that my stories could get through. I invented fake notes. I later would invent a series of voice mailboxes and business cards. I invented newsletters. I invented a Web site,” says Glass. “For every lie I told in the magazine, there was a series of lies behind that lie that I told—in order to get it to be published.”

Glass’s willful deception is rare, especially his brazen (and successful) attempts to subvert the fact-checking process. It took Adam Penenberg, a reporter for *Forbes*’s online operation, to expose one of Glass’s fabrications, and then his whole house of cards came down. Glass later wrote a novel, *The Fabulist*, about a journalist who lies. Glass’s exploits demonstrate that no fact-checking system is impervious to the degradations of a malicious reporter.

Everybody Has a System

BECAUSE FACT CHECKING PULLS APART an entire piece fact by fact and then puts it back together, keeping track of what has and hasn’t been checked, and noting the sources and changes, requires a clear system. Checkers can’t get lost in the course of their work, or else they might have to start over. As a result, experienced checkers have their own systems, and though there are certain similarities in how one person or publication does a check, it’s often a very individual process.

One thing that’s consistent: Nobody fact-checks on a computer screen. They print out the story and work it over on the page. Apart from that, systems vary, and I discovered that not everyone likes to share.

“Can you show me?” I asked David Cohen, the research editor at *Playboy*, hoping to see an example of a story he had marked up. “Is it a secret recipe?”

“It’s not a secret,” he said after five seconds of silence. “Let’s just say it involves multicolored markers. It’s pretty on the page.”

“When I hire somebody I have them mark up a story the way they do it,” Cohen told me. “And then I say, ‘Let me show you how it’s done.’”

Other examples I had seen used various markings: slashes through every word that did not contain a fact, underlines, circles, and arrows.

Phone numbers were linked to source names by a pencil line to the margins, and questions were written all over the page and linked back to sentences. A printout of a story going through a check tends to look as if someone had written a musical score over, below, and above the text, often in multiple colors. Some checkers swear by pencil while others require highlighters or a combination of both.

Prior to meeting Cohen, I had interviewed Robert Scheffler, the research editor at *Esquire*. While he also declined to share a sample check, he referred me to Davin Coburn at *Popular Mechanics*, who had taken it upon himself to prepare a research guide for fact-checkers. Coburn said he had been introduced to the “black check, red check” system while at Time Inc.: A fact or quote that has been verified by a primary source—the person interviewed, an original document or authoritative report, for example—is marked on the page with a red check. It’s solid. Facts that don’t have a primary source get a black check, and a certain number of black checks are required to equal a red check. “By the time you are done you can hardly read the text,” he said.

For fact-checkers, the Internet in particular has become both a boon and a scourge. “The Internet has revolutionized this game, but it also presents all sorts of interesting problems,” says Coburn of *Popular Mechanics*. “One of the things we emphasize is that, regardless of how good you are with Google, the job [of fact checking] is done on the phone.”

Checkers are often sent background material by writers that consists of links to Web sites, but just because something is published online—or anywhere else, for that matter—doesn’t mean it’s authoritative. While a newspaper article or Web site might be helpful in the initial search for checking materials, they are not considered authoritative sources. Ideally, they can lead a checker to someone who is an expert in a certain field, or to an original report from a government body or other definitive source.

“However their accuracy may vary, newspapers are invaluable to fact checkers, particularly when checking news stories,” wrote Sarah Harrison Smith. “The trick is to remember that they are fallible and

never to rely on newspapers to check anything that you could check with a better source, such as a reliable reference book or a scholar.”

Most checking departments hold on to their materials for at least a few years (*Esquire* does it for three), just in case there’s a lawsuit or request for correction. The potential for legal action as a result of an error is one of the driving forces behind fact checking. As a result, some magazines make the legal department part of the checking process. Legal is perhaps nowhere more involved than at *Playboy*, where David Cohen is responsible for sending a daily fax to the magazine’s legal counsel with the latest checked material.

“Things are a little different in the world of *Playboy*,” he said. “I tell my assistant that that fax is the most important thing that we do. The lawyer reads everything and it is faxed back [with comments].”

Cohen says the content of the magazine and its high profile and circulation necessitate the extra oversight. “We feature comely young women, for example, so we have to deal with identifiability/stalker issues,” he said. “Also, rightly or wrongly, people assume *Playboy* has deeper pockets than some [publishing companies] so it would make [some people’s] day to give them a lawsuit.

“There is a system of checks and balances of which I’m a part,” he continued, “and I have faith in that system.”

Death by a Thousand Cuts

WHEN TIME INC. ANNOUNCED A LARGE round of layoffs in January 2007, one needed only look at the editorial positions being cut to see how far fact checking has fallen over the last couple of decades. Though some major magazines are holding fast to the checking ethic, many others are watering it down, or simply getting rid of fact-checkers.

Time magazine, as well as *Newsweek*, eliminated its research department in the fall of 1996 to create the reporter-researcher role and rely on an “author-checked” system. Pure fact checking was abandoned and fact-checkers displaced in favor of hybrid multitaskers who could check parts of stories while also reporting, and occasionally writing. Like the merging of some proofreading functions with the duties of newspaper

copy editors, the switch to reporter-researchers diminished the overall effectiveness of quality control.

At the time, *Newsweek*’s assistant managing editor said the decision to offer its checkers a buyout or a job change to the hybrid position wasn’t for budget reasons. “The people who used to be fact-checking are happier in their new jobs, and now we have more reporters.” Tellingly, not long after the change, in early May 1997, *Newsweek* suffered one of the most serious reporting errors in its history when a special issue, “Your Child,” told readers that infants—even as young as five months old—could safely feed themselves zwiebacks and chunks of raw carrot. This error could have resulted in a fatal choking incident, so the magazine recalled several hundred thousand copies and rushed corrected versions to newsstands, hospitals, and doctors’ offices.

It ran a correction on page 10 of its May 12 issue that read,

A chart entitled “Building Healthy Habits” on page 58 contained a serious error. Five-month-old babies should not be fed zwiebacks or raw carrot chunks. Though many infants are ready to try pureed solids between 4 to 6 months, raw carrots and other hard foods could cause choking.

“We are very sorry about this mistake,” *Newsweek* editor in chief and president Richard M. Smith said in the correction. “And we are taking extraordinary measures to correct it.”

According to the magazine’s spokesperson, a copy editor who was editing two articles at the same time introduced the error.

Just as *Newsweek*’s lack of checking quickly came back to haunt it, *Time* also felt the loss. By the summer of 1997, Marta Dorin, then *Time*’s chief of reporters, admitted to the *Columbia Journalism Review* just a few months after the change that already “there have been some bad errors that wouldn’t have happened under the old-fashioned system.” She said the decision to cut back on checking was “entirely budgetary. These systems cost money.”

Also in 1997, *Fortune* eliminated its checking department and performed checks only on rushed stories or those written by new writers.

Vorsicht! Unsichere Infos

Nicht immer legt ein Journalist für seine Quelle die Hand ins Feuer. Denn manchmal war es ihm nicht möglich, die Information zu überprüfen. Was tun?

VON GERD ROTH

Die Information ist stets nur so sicher wie ihre Quelle. Aus diesem Grund verwenden seriöse Medien zu Recht viel Energie auf Quellen und ihre Nennung in den Texten. »In jeder Meldung müssen Informationen oder Ansichten durch Angabe der Quellen nachvollziehbar sein«, heißt es etwa in den Standards der Deutschen Presse-Agentur (dpa). Nur Quellen eröffnen den Lesern die Möglichkeit, Genauigkeit und Zuverlässigkeit eines Textes beurteilen zu können. Doch nicht immer können Quellen klar benannt werden. Oder die Quelle kann vom Autor nicht richtig eingeschätzt werden, gilt gar als unsicher. Und schon fangen die Schwierigkeiten an. Was mache ich jetzt mit meiner schönen Information?

Umschreibungen nur wenn notwendig

Ich kann meine Quelle verschleiern. Doch eine Verschleierung deckt nicht nur den Informationsgeber, sondern macht den Inhalt auch weniger nachprüfbar. Deshalb: Wenn Verschleierungen und Umschreibungen der Quelle notwendig sind, sollten sie so zuverlässig wie möglich sein. Eine Information »von zuständiger Stelle« oder »von offizieller Seite« sollte aus einer Quelle stammen, die für das Beschriebene tatsächlich inhaltlich oder formal zuständig ist. Auch Funktionen sollten einen direkten Bezug zur Information haben. Berichte aus der Sitzung eines Gremiums können etwa »Teilnehmer« oder »Mitglieder« sicher wiedergeben. Die sprachlich wenig schönen und inhaltlich allgemeinen »Kreise« sollten nur ausnahmsweise verwendet werden. Wer seine Informationen im Text aber nur auf Quellen wie »von zuständiger Seite«, »informierte Kreise« oder gar das völlig nichts sagende »Beobachter« stützt, gefährdet die notwendige Glaubwürdigkeit. Leser müssen sich in solchen Fällen allein auf die Seriosität des Mediums verlassen. Niemals sollten Umschreibungen einer Quelle eine mangelnde Recherche verdecken.

In wirtschaftlich schwierigen Zeiten schwimmen bei vielen Medien journalistische Arbeit und Eigendarstellung. Auf Exklusivität der eigenen Darstellung wird zu Gunsten des schnellen PR-Effekts und damit mittelfristig verbundener Werbeeinnahmen verzichtet. Informationen werden nicht mehr nur wegen ihrer Brisanz, sondern auch zur Nennung des eigenen Mediums noch vor der Veröffentlichung vor allem an Multiplikatoren wie etwa Nachrichtenagenturen übermittelt.

Mit dieser Entwicklung einher geht die Häufung von umschriebenen oder verschleierte Quellen, aber auch von Informationen, die sich bei Nachrecherche als unzusammenhängend, überzogen interpretiert oder gar falsch erweisen. Da regt sich dann der Verdacht, dass die häufige Verwendung umschriebener Quellen mit dem Mangel sicherer Informationen zusammenhängt. Ein journalistisch höchst unbefriedigender Zustand.

„Nach Fernsehbildern“

Auch Medien müssen als Ursprung einer Information genannt werden. Das ist nicht nur fair gegenüber den Kollegen und notwendig gegenüber den Rezipienten, sondern in einigen Fällen auch technisch erforderlich. So können TV-Bilder etwa wegen optischer Verzerrungen schnell eine eigene

Realität oder nur einen unzuverlässigen Eindruck des gesamten Geschehens vermitteln. In solchen Fällen macht ein Quellenhinweis wie »nach Fernsehbildern« die mögliche Unsicherheit deutlich.

Unsichere Informationen

Vorsicht ist bei elektronischen Quellen und Übermittlungswegen geboten. E-Mails und Faxabsender können problemlos gefälscht werden. Doch selbst wenn der Absender stimmt, heißt das noch nicht, dass die Information auch daher stammt oder richtig ist. Jenes folgenschwere Fax, mit dem Helmut Kohl vermeintlich die Enttarnung seiner angeblichen Spender ankündigte, kam tatsächlich aus einer CDU-Fraktion. Dennoch war es eine Fälschung. Deswegen müssen Absender und Authentizität der Information stets überprüft werden.

Auch das Internet ist unabhängig von seinen guten und schier unbegrenzten Recherchemöglichkeiten eine sehr unsichere Quelle. Eine web-Information muss daher mit weiteren Quellen gecheckt werden.

Unbekannte Quellen

Informationen aus unbekanntem Quellen müssen nicht automatisch schlecht oder unzutreffend sein. Allerdings sollte die Seriosität der Quelle zunächst überprüft und so gesichert werden. Dazu können Referenzen eingeholt werden. Wer kennt die Quelle? Womit hat sie normalerweise zu tun? Ist sie kompetent für ihre Angaben? Je nach Art der Quelle können geeignete Ansprechpartner im Umfeld, bei Kontaktpersonen, selbst bei offiziellen Stellen sitzen. Auch eine Rückfrage bei Journalistenkollegen kann hilfreich sein. Eine unbekannt Quelle lässt sich zudem gegenchecken mit gezielten Fragen zu Aspekten, die durch anderweitige Recherche bereits bekannt sind.

In einigen Fällen wird versucht, zur Deckung des oder der Informanten die Aufmerksamkeit in eine ganz andere Richtung zu lenken. Dazu die dpa-Standards: »Es darf in keinem Fall aus Gründen der Tarnung eine Information einer anderen Quelle ‚untergeschoben‘ werden.«

Lieber auf eine Information verzichten

Es werden sich trotz aller Vorsichtsmaßnahmen im Redaktionsalltag immer wieder Zweifel ergeben, weil sich eine Quelle nicht »hart« machen lässt. So schwer es engagierten Mitarbeitern auch fallen mag: In solchen Fällen sollte mit Blick auf die journalistische Verantwortung auf eine Verwendung der Informationen verzichtet werden.

Mit freundlicher Genehmigung von

<http://www.message-online.com>

Mitarbeiter der Woche

Peter Canby, 49, ist der Mann, den sich jedes Magazin als Mitarbeiter nur wünschen kann: Seit 1978 ist er der oberste Faktenchecker beim *New Yorker*. In dieser Woche wird das berühmte Magazin 75 Jahre alt

VON Claudia Steinberg |

»Ich fuhrwerke herum mit Kommata, Semikola, Duden und Formulierungen, und es macht mich verrückt«, beklagte 1929 der Gründer des *New Yorker*, Harold Ross, seine selbst auferlegte Pedanterie. Doch die Detailbesessenheit des berühmten Magazins, das in dieser Woche 75 Jahre alt wird, war immer Teil seines Mythos. Sein perfektionistisches Fact Checking Department gilt als »Vatikan der Wahrheitsfindung«, und wenn das wahr ist, dann muss man Peter Canby wohl den Papst nennen: Der Mann ist seit 1978 Chef der Fehlerfahnder, hoch oben, 20 Etagen über dem Times Square. Während Zeitschriften wie *Newsweek* aus Sparsamkeit die Verifizierung von Geschichten zunehmend ihren Redakteuren überlassen, wurde Canbys Mitarbeiterstab 1992 verdoppelt. »Wir haben eine modernere Arbeitsweise eingeführt: Bis dahin wurde meist ein Fact-Checker einem Artikel zugeordnet, für den er drei Wochen Zeit hatte. Heute sitzen mehrere Leute ein, zwei Tage lang an einem Text.« Von seinen Mitarbeitern erwartet er eine breit gefächerte Bildung von Politik bis Kino, einen gewissen Enthusiasmus für Statistik und endlose Neugierde. Vor allem aber braucht ein Fact-Checker diplomatisches Talent. Autoren sind zwar für die Vermeidung blamabler Irrtümer dankbar, lassen sich aber ungern der Nachlässigkeit überführen. Viele nehmen den Dokumentaren das routinemäßige Misstrauen übel, weil sie ihnen alle Aufzeichnungen übergeben müssen. Canby: »Wenn ein Zitat im Artikel nicht in den Unterlagen auftaucht, haken wir nach.«

Obwohl das Internet die Faktensuche ungemein beschleunigt hat, steckt es voller Tücken - hier potenzieren sich Falschinformationen wie Viren. Sicherer sind die eigene Bibliothek und natürlich die alten Ausgaben. »Was einmal im Magazin gestanden hat, gilt als zuverlässige Quelle«, sagt Canby, der mit seinem Studium der Geschichte und Literatur ein präzises Instrumentarium für Dichtung und Wahrheit erwarb. Die immer häufiger praktizierte Vermischung von Fiktion und Fakt zur »Faction«, wie sie neulich Edmund Morris mit der Einführung einer Kunstfigur in seiner Reagan-Biografie wagte, hält Canby für eine gefährliche »Erosion der Wahrheit«.

Fehler? Selbst im *New Yorker* wird mal ein Ort in Nepal oder ein Bach in Australien falsch geschrieben. Canby erinnert sich außerdem an einen Skandal um einen kalten

Fisch. Im Heft stand, der Fisch käme gefroren aus Frankreich nach New York, doch der Chef des beschriebenen Restaurants protestierte: In seiner Küche gäbe es nur frische Zutaten. Eine aufwendige Recherche ergab, dass der Steinbutt bei 0,1 Grad Celsius über den Atlantik flog, und so behielten beide Parteien Recht.

Seine komplexes Verständnis von Wahrheit demonstrierte Canby vor einem Jahr mit einem Artikel, in dem er zu Enthüllungen über konstruierte Fakten und Charaktere in der Autobiografie der Nobelpreisträgerin Rigoberta Menchú Stellung nahm. Er glaubte den Kritikern, aber sympathisierte dennoch mit dem erschütternden Bericht der Guatemaltekin als kollektiver Erfahrung der Mayas. Peter Canby weiß sehr wohl zwischen Wahrheit und Wahrhaftigkeit zu unterscheiden.

COPYRIGHT: (c) DIE ZEIT 2000

ADRESSE: http://www.zeit.de/2000/07/200007.titel_mitarbeite.xml

[Lesen Sie weitere Artikel aus dem Ressort Lebensart.](#)

CHECKPOINTS

Fact-checkers do it a tick at a time.

BY JOHN MCPHEE

Sara Lippincott, who now lives in Pasadena, having retired as an editor at this magazine in the early nineteen-nineties, worked in *The New Yorker's* fact-checking department from 1966 until 1982. She had a passion for science, and when pieces of writing about science came into the magazine they were generally copied to her desk. In 1973, a long piece of mine called "The Curve of Binding Energy" received her full-time attention for three or four weeks and needed every minute of it. Explaining her work to an audience at a journalism school, Sara once said, "Each word in the piece that has even a shred of fact clinging to it is scrutinized, and, if passed, given the checker's imprimatur, which consists of a tiny pencil tick." From that sixty-thousand-word piece of mine—which was about weapons-grade nuclear material in private industry and what terrorists might or might not do with it—one paragraph in particular stands out in memory for the degree of difficulty it presented to her and the effort she made to keep it or kill it.

It was a story told to me by John A. Wheeler, who, during the Second World War, had been the leading physicist in residence at the Hanford Engineer Works, on the Columbia River in south-central Washington, where he attended the startup and plutonium production of the first large-scale nuclear reactor in the world. In 1939, with the Danish physicist Niels Bohr, Wheeler had identified the atomic nuclei most prone to fission and the consequent release of binding energy. In 1943-44, as the first reactor was being designed for Hanford, Wheeler had insisted on expanding its fundamental cross-section from a circle to a square, so that five hundred extra fuel rods could be in-

serted, if necessary, into the graphite matrix of the reactor—a colossally expensive alteration made because Wheeler had come to suspect that something like xenon poisoning might affect the reaction. It did, and the increased neutron flux from the additional fuel rods took care of the problem. In Professor Wheeler's office at Princeton University in 1973, I had scribbled notes for about an hour when he said, as a kind of afterthought, that an odd thing happened at Hanford in the winter of 1944-45, or, perhaps, did not happen. He had not observed it himself. He had never seen it mentioned in print. Hanford was a vast, spread-out place in the bunchgrass country, full of rumors, secrecy, and apocryphal stories. If I were to use this story, I would have to authenticate it on my own because he had no idea if it was true. He said he had heard that a Japanese incendiary balloon—one of the weapon balloons that were released in Japan and carried by the jet stream across the Pacific Ocean—had landed on the reactor that was making the plutonium that destroyed Nagasaki, and had shut the reactor down.

The Japanese called the balloons *fusen bakudan*. Thirty-three feet in diameter, they were made of paper and were equipped with incendiary devices or high explosives. In less than a year, nine thousand were launched from a beach on Honshu. They killed six people in Oregon, five of them children, and they started forest fires, and they landed from Alaska to Mexico and as far east as fifteen miles from the center of Detroit. Completing the original manuscript of "The Curve of Binding Energy," which was otherwise not about Hanford, I wrote half a dozen sentences on the balloon that shut down the reactor, and I turned the piece in. If Wheeler's story was true, it would make it into print. If unverifiable, it would be de-

leted. I hoped it was true. The rest was up to Sara.

Her telephone calls ricocheted all over the United States: from Brookhaven to Bethesda, from La Jolla to Los Alamos, not to mention Hanford and various targets in the District of Columbia. Interspersed with everything else she had to do in order to arrive—one word at a time—at those countless ticks, she went on making calls about the incendiary balloon for days on end. At last came an apparent breakthrough. Someone told her that he could not authenticate the story, but he knew absolutely who could.

“Oh, yes? Who?”

“John Wheeler.”

I told Sara to abandon the anecdote. The tale was almost surely someone’s invention; we should just delete it; she had done enough. She went on making phone calls.

If Sara was looking for information in the dark, the darkness was the long shadow of the wartime secrecy, when forty-five thousand people, from construction workers to theoreticians, lived in Hanford, Pasco, Kennewick, and, especially, Richland, a village of two hundred that the Army bought in 1943 and soon enhanced with more than four thousand houses. The large population notwithstanding, Hanford Engineer Works, of the Manhattan Project, was so secret that the Joint Chiefs of Staff did not know about it. Harry Truman learned of it only after the death of Franklin Roosevelt, in April, 1945. People at Hanford lived among posters that said “Don’t Be Caught with Your Mouth Open.” They set their urine in bottles on their doorsteps at night so it could be tested for contained plutonium. The people of Richland made babies at a higher rate than any other place in the nation. There

was little else to make except plutonium. To put an ear to the ground, so to speak, and listen for spies, a resident F.B.I. agent went to brothels in Pasco and Kennewick, taking with him his beautiful wife. She sat in the car while he did his counter-espionage inside. To profile people who might be easy targets for spies, F.B.I. agents went from house to house trying to learn who the heavier drinkers were and who was climbing into what neighbor’s bed. Hanford Engineer Works had its own justices of the peace, its own jail. Taverns were erected for the nighttime bibulation of construction workers, whose tendency to brawl was so intense that Wheeler later recalled “those beer joints with windows close to ground level so that tear gas could be squirted in.”

Key personnel were known by false names. Enrico Fermi was Mr. Farmer. Eugene Wigner was Mr. Winger. Arthur Compton was Mr. Comas. People referred to Wheeler as Johnny the Genie. Radiation exposure was called “shine,” and the word for radiation itself was “activity.” One technician who slipped up and used the “R” word was called to an office and chewed. With extremely few exceptions, the personnel had no idea what they were doing, but they did what they were told. (“We all washed our hands so many times a day I thought I was Lady Macbeth.”) The Manhattan Project, at Hanford as elsewhere, required the “‘immediate

high amputation’ of any human limb with a cut contaminated by plutonium.” There could have been a safety billboard: 29 DAYS WITHOUT A HUMERUS LOST. There were black-widow spiders in people’s houses. One woman called the government hospital and asked what she should do if a black widow bit her three-year-old daughter. Hospital: “If she goes into convulsions, bring her in. . . .” On and off the site, rumors were ceaseless about Hanford’s contribution to the war effort: variously, it was a P.O.W. camp, a processor of solid rocket

fuel, a biological kitchen preparing things for germ warfare, a nylon production line (DuPont was the prime industrial contractor). Asked what was really going on, the Army's knowledgeable liaison, Captain Frank Valente, said, "We are dehydrating the Columbia River for shipment overseas."

And now, in late 1973 at *The New Yorker*, the moment was rapidly approaching when "The Curve of Binding Energy" would go to press and alterations would no longer be possible. Once again, I thanked Sara and told her to remove the story of the Japanese balloon. O.K., she said, but maybe if she found a free moment that final afternoon she would make another call or two. Or three. And she did, and she turned up someone in Delaware who told her that he could not authenticate the story, but he knew absolutely who could.

Oh? Who would that be? John Wheeler?

The site manager, B Reactor. He would surely have known if an incendiary balloon had lit up his building. Where is he now?

Retired in Florida.

Sara looked up his telephone number. The checking department in those days was equipped floor to ceiling with telephone books. She called. He was not home. He had gone shopping.

Where?

The mall.

Sara called the police. She told them the situation, asked for help, and gave them her telephone number.

Minutes went by but not hours. The piece had not yet gone to press when the site manager called. He was in a telephone booth, the ancestral cell. Sara explained her purpose and read to him a passage that ended as follows:

The fire balloons were so successful, in fact, that papers were asked not to print news of them, because the United States did not

want to encourage the Japanese to release more. The balloon that reached Hanford crossed not only the Pacific but also the Olympic Mountains and the alpine glaciers of the Cascade Range. It now landed on the building containing the reactor that was producing the Nagasaki plutonium, and shut the reactor down.

The manager said to Sara, "How did you know that?"

He went on to say that the balloon had not actually landed on the building but on a high-tension line carrying power to the reactor. There was just enough time to make the fix.

A -Rod makes an occasional error, and so does *The New Yorker*. Rarest of all is a fact that was not erroneous in the original manuscript but became an error in the checking process. When this happens, it can fairly be called an event, like the day the soap sank at Procter & Gamble. This has happened to me only once—and nearly thirty years ago. If blame is to be assigned, heaven forbid, I am not the assignee, and neither is Sara, who checked the piece. Called "Basin and Range," it was the first in a series of long pieces on geology that appeared from time to time across a dozen years. It had extensive introductory passages on themes like plate tectonics and geologic time. In the original manuscript, one paragraph said:

It is the plates that move. They all move. They move in varying directions and at different speeds. The Adriatic Plate is moving north. The African Plate once came up behind it and drove it into Europe—drove Italy like a nail into Europe—and thus created the Alps.

C Issue, B Issue, A Issue, the schedule drifted, as ever, toward the brink of time, the final and irreversible closing. In one's head as in the surrounding building, things speed up in the ultimate hours and can become, to say the least, frenetic. Joshua Hersh, a modern fact-checker who is characteristically calmer than marble, refers to this zone of time as "the last-minute heebie-jeebies." As "Basin and

Range” came within fifteen minutes of closing, so many rocks were flying around in my head that I would have believed Sara if she had told me that limestone is the pit of a fruit. At one minute to zero, she came to tell me that I was wrong about the Adriatic Plate, that it is not moving north but southwest.

Desperately, I said, “Who told you that?”

She said, “Eldridge Moores.”

World-class plate theorist, author of innumerable scientific papers on the ophiolitic sequence as the signature of global tectonics, president to be of the Geological Society of America, Eldridge Moores was the generous and quixotic geologist who had undertaken to teach me, on field trip after field trip, the geologic history of, among other places, California, Arizona, Greece, and Cyprus. My head spinning, I said to Sara, “If Eldridge Moores says the Adriatic Plate is moving southwest, it’s moving southwest. Please change the sentence.”

In the new *New Yorker* on the following Monday, the Adriatic Plate was on its way to Morocco. Leafing through the magazine in an idle moment that week, I called Eldridge and found him in his office at the University of California, Davis. I said, “Eldridge, if the Adriatic Plate is moving southwest, what are the Alps doing there?”

He said, “The Adriatic Plate?”

I said, “The Adriatic Plate.”

I believe I actually heard him slap his forehead. “Oh, no!” he said. “Not the Adriatic Plate! The Aegean Plate. The Aegean Plate is moving southwest.”

The worst checking error is calling people dead who are not dead. In the words of Josh Hersh, “It really annoys them.” Sara remembers a reader in a nursing home who read in *The New Yorker* that he was “the late” reader in the nursing home. He wrote demanding a correction. *The New Yorker*, in its next issue, of course complied, inadvertently doubling the error, because the reader died over the weekend while the magazine was being printed.

Any error is everlasting. As Sara told the journalism students, once an error gets into print it “will live on and on in libraries carefully catalogued, scrupulously indexed . . . silicon-chipped, deceiving researcher after researcher down through the ages, all of whom will make new errors on the strength of the original errors, and so on and on into an exponential explosion of errata.” With drawn sword, the fact-checker stands at the near end of this bridge. It is, in part, why the job exists and why, in Sara’s words, a publication will believe in “turning a pack of professional skeptics loose on its own galley proofs.” Newspapers do not have discrete fact-checking departments, but many magazines do. When I first worked at *Time*—in the year 957, during the reign of Eadwig the All-Fair—*Time*’s writers were men, and the researcher/fact-checkers were women. They were expert. When I freelanced a piece to the *Atlantic*, I asked who would do the fact-checking and was told, “That’s up to you.” The *Atlantic* had a nil budget for fact-checking. A little later, when I sold a piece to *National Geographic* it seemed to have more fact-checkers than there are Indians in the Amazon. *Holiday* and the *Saturday Evening Post* were only a little less assiduous. While *The New Yorker*’s fact-checking department had achieved early fame in its field, many other magazines have been just as committed and careful. Twenty-eight years after that first *Atlantic* piece, I sold the *Atlantic* a second one, and this time experienced a checking process equivalent to *The New Yorker*’s.

Book publishers prefer to regard fact-checking as the responsibility of authors, which, contractually, comes down to a simple matter of who doesn’t pay for what. If material that has appeared in a fact-checked magazine reappears in a book, the author is not the only beneficiary of the checker’s work. The book publisher has won a free ticket to factual respectability. Publishers who, for early-marketing purposes, set a text in stone before a magazine’s checking department has been through it get what they deserve. An almost foolproof backup screen to the magazine-to-book progression is the magazine’s vigilant readership.

After an error gets into *The New Yorker*, heat-seeking missiles rise off the earth and home in on the author, the fact-checker, the editor, and even the shade of the founder. As the checking department summarizes it, "No mistakes go unnoticed by readers." In the waning days of 2005, Rebecca Curtis's fine short story "Twenty Grand" appeared in *The New Yorker*. Its characters, in 1979, go into a McDonald's for Chicken McNuggets. McNuggets appeared in *The New Yorker's* Christmas mail. McDonald's had introduced them in 1983.

On the scattered occasions when such a message has come to me, I have written to the reader a note of thanks (unless the letter is somewhere on the continuum between mean-spirited and nasty, which is rarely the case). "You're right!" I say. "And I am very grateful to you, because that mistake will not be present when the piece appears in book form." If, in the reader's letter, there has been just a tonal hint of a smirk, I cannot help adding, "If a lynx-eyed reader like you has gone through those thousands of words and has found only one mistake, I am quite relieved."

In the comfortable knowledge that the fact-checking department is going to follow up behind me, I like to guess at certain names and numbers early on, while I change and re-change and listen to sentences, preferring to hear some ballpark figure or approximate date than the dissonant clink of journalistic terms: WHAT CITY, \$000,000, name TK, number TK, Koming. These are forms of promissory note, and a checker is expected to pay it. Koming means what koming sounds like and is sort of kute; TK means "to come." At least for me, they don't serve the sound of a drafted sentence as well as flat-out substitutes, pro-tem inventions. In a freight train a mile and a half long, there is a vital tube of air that runs the full length and controls the brakes. In "Coal Train" (2005), I felt a need for analogy and guessed at one:

The releasing of the air brakes began at the two ends, and moved toward the middle. The train's very long integral air tube was like the air sac of an American eel.

Before long, the checking department was up to its chin in ichthyologists, and I was informed by Josh Hersh that the air sac of an American eel is proportionally a good deal shorter than the air sac in most ordinary fish.

"Who says so?"

"Willy Bemis."

"Oh."

Willy Bemis is to the anatomy of fishes what Eldridge Moores is to tectonics. Willy was the central figure in a book of mine that had been published three years before, parts of which appeared in *The New Yorker*. He had since left the University of Massachusetts to become director of Shoals Marine Laboratory, the offshore classrooms of Cornell University and the University of New Hampshire. I called him in Ithaca to ask what could be done. Ever accommodating, Willy at first tried to rationalize the eel. Maybe its air sac was up to the job after all. Maybe the analogy would work. I said the eel would never make it through the checking department, or, for that matter, past me. We were close to closing, and right offhand Willy was unable to think of a species with a long enough sac. What to do? What else? He called Harvard. The train's very long integral air tube was like the air sac of a rope fish.

On the Merrimack River in Merrimack, New Hampshire, is a Budweiser brewery that brewed its first Bud in 1970. In 1839, John and Henry Thoreau passed the site in their homemade skiff on the journey that resulted in Henry's first book. A run of white water there had been known as Cromwell's Falls since the seventeenth century, but, Thoreau wrote, "these falls are the Nesenkeag of the Indians," and he went on to say, "Great Nesenkeag Stream comes in on the right just above." New Hampshire has a number of place names that end in the letters "k e a g." The "keag" is pronounced as if the "a" were missing; i.e., "keg." In 2003, my son-in-law Mark Svenvold and I went through Nesenkeag Falls and Namaskeag Falls and Amoskeag Falls, in an Old Town canoe, tracing the Thoreaus' upstream journey, and while

dragging the canoe up the rapids I found myself wondering how many kegs that Budweiser plant could produce in a day. Back home and writing, I made up a number out of thin air, and it is what Anne Stringfield, checking the facts, saw on her proof:

Just above Cromwell's Falls on Route 3, very close to but not visible from the river, is a Budweiser brewery that has a production average of thirteen thousand kegs a day.

Never underestimate Anheuser-Busch. The average production turned out to be eighteen thousand kegs in a day.

Another fluvial piece—"Tight-Assed River"—was checked by Josh Hersh in 2004. He found this on his proof:

People say, "The Illinois River? What's that? Never heard of it. Where does it go?" Actually, there are two Illinois Rivers in America, each, evidently, as well known as the other.

One is in Illinois, another is in Arkansas and Oklahoma; and those two are all you will find in Meriam-Webster's Geographical Dictionary, which is among the checking department's more revered references. Josh dove into the Web, and came up with a third—an Illinois River in Oregon, which is not well known even in Oregon.

Actually, there are three Illinois Rivers in America, each, evidently, as well known as the others.

(And now, with this piece, in January of 2009, the fact-checking department has found yet another Illinois River—in Colorado. If I were to republish this bit of fluvial information forty-six more times, evidently we would find an Illinois River in every state in the Union.)

That feat, on Josh's part, was just a stretching exercise before he took on, among other things, a cabin boat that was drifting idly on the eponymous Illinois while a vessel longer than an aircraft carrier bore down upon it sounding five short blasts, the universal

statement of immediate danger. The vessel, more than eleven hundred feet long and wired rigid, was made up of fifteen barges pushed by a "towboat." I was in the pilothouse scribbling notes.

At just about the point where the cabin boat would go into our blind spot—the thousand feet of water that we in the pilothouse can't see—people appear on the cabin boat's deck, the boat starts up, and in a manner that seems both haughty and defiant moves slowly and slightly aside. We grind on downriver as the boat moves up to pass us port to port, making its way up the thousand feet of barges to draw even with the pilothouse. Two men and two women are in the cabin boat. The nearest woman—seated left rear in the open part of the cockpit—is wearing a black-and-gold two-piece bathing suit. She has the sort of body you go to see in marble. She has golden hair. Quickly, deftly, she reaches with both hands behind her back and unclasps her top. Setting it on her lap, she swivels ninety degrees to face the towboat square. Shoulders back, cheeks high, she holds her pose without retreat. In her ample presentation there is defiance of gravity. There is no angle of repose. She is a siren, and these are her songs.

So far so checkable. Something like that can be put—in *New Yorker*-speak—"on author." It was my experience, my description, my construction, my erection. No one seemed worried about the color of the bathing suit. I went on, though, to say something close to this:

She is Henry Moore's "Oval with Points." Moore said, "Rounded forms convey an idea of fruitfulness, maturity, probably because the earth, women's breasts, and most fruits are rounded, and these shapes are important because they have this background in our habits of perception. I think the humanist organic element will always be for me of fundamental importance in sculpture."

And now we were into deep checking. In 1975, I had telephoned Lynn Fraker, who was a docent for the art museum at Princeton, where Moore's "Oval with Points" is one of a couple of dozen very large and primarily abstract sculptures that stand outdoors around the campus. I wanted to use them as description exercises in a writing class that I was about to teach for the first time. The Henry Moore, eleven feet tall, is shaped like a doughnut, and from each of its interior sides a conical and breastlike bulge extends toward another conical and breastlike bulge, their business ends nearly

touching, as if they were on the ceiling of a chapel. It was my opinion that students should be able to do a better description than that. "Doughnut," for example, was not a word that should be allowed to rise into the company of Henry Moore, and, in every class I have taught since then, I have used the notes from that talk with Lynn Fraker. They include the words of Henry Moore, which she recited from memory. And now in 2004 I had no idea where she read them. She had left Princeton decades before, had remarried, and was unreachable.

The Internet was no help, but Josh, searching through the catalogues of the New York Public Library, learned that collections of Moore's commentaries on sculptural art were in a midtown branch, across Fifth Avenue from the library's main building. After an hour or two there, he found an essay by Moore from a 1937 issue of the BBC's *The Listener*. In the next-to-last paragraph were the words that Lynn Fraker had rattled off to me. They needed very little adjustment to be rendered verbatim, as they are above. After which, we were back to "on author":

She has not moved—this half-naked Maja outnakeding the whole one. Her nipples are a pair of eyes staring the towboat down. For my part, I want to leap off the tow, swim to her, and ask if there is anything I can do to help.

Perhaps I am giving the fact-checkers too much credit. After all, I do what they do before they do. I don't leave a mountain of work to them, and this is especially true if *The New Yorker* has rejected the piece and I am forging ahead to include it in a book, as happened in 2002, when the magazine turned a cold eye—for some inexplicable reason—on twelve thousand words about the American history of a fish. So I checked the virginal parts of the book myself, risking analogy with the attorney who defends himself and has a fool for a client. The task took me three months—trying to retrace the facts in the manuscript by as many alternate routes as I could think of, as fact-checkers routinely do. There were a couple of passages that slowed things down almost to a halt, when, for

one reason or another, it took eons on the Internet and more time in libraries to determine what to do or not to do.

Penn's daughter Margaret fished in the Delaware, and wrote home to a brother asking him to "buy for me a four joynted strong fishing Rod and Real with strong good Lines . . ."

The problem was not with the rod or the real but with William Penn's offspring. Should there be commas around Margaret or no commas around Margaret? The presence or absence of commas would, in effect, say whether Penn had one daughter or more than one. The commas—there or missing there—were not just commas; they were facts, neither more nor less factual than the kegs of Bud or the color of Santa's suit. Margaret, one of Penn's several daughters, went into the book without commas. Moving on, I tried to check this one:

On Wednesday, August 15, 1716, near Cambridge, Massachusetts, Cotton Mather fell out of a canoe while fishing on Spy Pond. After emerging soaked, perplexed, fishless, he said, "My God, help me to understand the meaning of it!" Before long, he was chastising his fellow clerics for wasting God's time in recreational fishing. Not a lot of warmth there. Better to turn to the clergyman Fluvialutulis Piscator, known to his family as Joseph Seccombe, who was twenty-one years old when Cotton Mather died. Beside the Merrimack River, in 1739, Piscator delivered a sermon that was later published as "A Discourse utter'd in Part at Ammauskeeg-Falls, in the Fishing-Season." There are nine copies in existence. One was sold at auction in 1986 for fourteen thousand dollars. The one I saw was at the Library Company of Philadelphia. Inserted in it was a book dealer's description that said, "First American book on angling; first American publication on sports of field and stream. Seccombe's defense of fishing is remarkable for coming so early, in a time when fishing for fun needed defending."

There was, in all of that, one part of one sentence that proved, in 2002, exceptionally hard to check. It could easily have been rewritten in a different way, but I stubbornly wished to check it. To wit:

Joseph Seccombe, who was twenty-one years old when Cotton Mather died.

In order to tick those exact and unmodified words, you would need to know not only the year in which Mather died and the year in which Seccombe was born but also the month and day for each. When Mather died, on February 13,

1728, Seccombe was either twenty-one or twenty-two. Which? The Internet failed me. Libraries failed me. The complete works of Joseph Seccombe and *Fluviatulis Piscator* failed me. I called Kingston, New Hampshire, where he had served as minister for more than twenty years. The person I reached generously said she would look through town and church records and call me back, which she did, two or three days later. She was sorry. She had looked long and hard, but in Kingston evidently the exact date of Seccombe's birth was nowhere to be found. I was about to give up and insert "in his early twenties" when a crimson light bulb lit up in my head. If Joseph Seccombe was a minister in 1737 (the year he arrived in Kingston), he had been educated somewhere, and in those days in advanced education in the Province of Massachusetts Bay there was one game in town. I called Harvard.

By the main switchboard, I was put through to someone who listened to my question and said right back, within a few seconds, "June 14, 1706." ♦

Eine Minute für den Quellencheck

Posted By [Redaktion](#) On 8. Oktober 2009 @ 2:57 pm In [Kein Thema! Ursachen und Folgen medialer Vernachlässigung, Titelthema](#) | [7 Comments](#)

Recherche kommt im journalistischen Alltag zu kurz

Von **Thomas Schnedler**

Zeitnot und Arbeitsverdichtung beherrschen den redaktionellen Alltag, Journalisten verzichten auf Überprüfungsrecherchen und aufwändige Recherche-Methoden, die rasche Verarbeitung von PR-Informationen ersetzt journalistische Kerntätigkeiten. Wie die Recherche unter die Räder gerät – ein Überblick.

Im Mai 2009 erschien eine bemerkenswerte Stellenanzeige. Eine TV-Produktionsfirma suchte „eine/n Recherchedakteur/in“, um das Team des für Sat.1 produzierten Wissensmagazins „Planetopia“ verstärken. Zu den wichtigsten Aufgaben des Recherchedakteurs zähle die „Pflege von Pressekontakten“ ebenso wie die „Beschaffung von Footage“, hieß es in der Annonce.

Aber ist das Recherche? Zwei Klicks benötigt man nur, um beispielsweise auf der Homepage des Pharmakonzerns Bayer die so genannte „TV-Plattform“ aufzurufen, auf der das von PR-Profis produzierte „Footage“-Material den Fernsehsendern und Produktionsfirmen gratis angeboten wird. Der Konzern offeriert Außenaufnahmen des Bayer-Kreuzes, Mediziner-Statements oder 3D-Animationen, um das Wirkprinzip neuer Medikamente zu erklären. Der Vorteil für die Redaktionen liegt auf der Hand: Sie sparen sich aufwändige Dreharbeiten vor Ort – und wenn sie wollen, auch das Personal für eigene Recherchen.

Filme, die auf die kostenlosen PR-Zulieferungen zurückgreifen, transportieren zwar nicht zwangsläufig auch PR-Botschaften. „So gibt es journalistisch produzierte Beiträge, die inhaltlich recherchiert sind sowie ein ausgewogenes, differenziertes Bild von einem Gegenstand vermitteln und vorgefertigte Footage-Videos oder O-Töne lediglich zur Illustration von Sachverhalten einsetzen“, schreibt Helmut Volpers in seiner Studie „Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Fernsehen“. Es bestehe für die Journalisten jedoch die Gefahr, sich zum Erfüllungsgehilfen externer Interessen zu machen. Vor allem dann, wenn ein paar Klicks auf der Firmenhomepage nicht die Recherche ergänzen, sondern ersetzen. Wer die jüngsten Studien auswertet, muss davon ausgehen, dass die gründliche Recherche seltener geworden ist.

Indiz Nr. 1 für die Vernachlässigung der Recherche im journalistischen Alltag ist die Substitution der Recherche durch PR-Informationen. Jeder fünfte Journalist in Deutschland ist der Ansicht, dass die Zulieferungen der PR-Profis zunehmend Beiträge ersetzen, die früher von Journalisten recherchiert wurden. Zu diesem Ergebnis kommen Siegfried Weischenberg, Maja Malik und Armin Scholl in ihrer Studie „Journalismus in Deutschland II“ (veröffentlicht als „Die Souffleure der Mediengesellschaft“), einer repräsentativen Befragung hauptberuflicher Journalistinnen und Journalisten in Deutschland. Dass die PR-Informationen Zeit beim Recherchieren sparen, sagen 31 Prozent aller Befragten. Bei den Agenturjournalisten sind es sogar 39 Prozent.

Erste Ergebnisse einer Studie der Universität Münster, die im August 2009 im Fachmagazin „journalist“ veröffentlicht wurden, weisen in die gleiche Richtung. Jeder Dritte der befragten Journalisten ist der Ansicht, dass der Einfluss der PR-Akteure auf die journalistische Arbeit seit 1990 größer geworden ist. 21 Prozent schätzen ihn als gleichbleibend hoch ein. Für das Projekt „Wandel bei aktuellen Massenmedien: Journalismus in veränderten Medienkontexten“ wurden unter der Leitung von Bernd Blöbaum 15 Nachrichtenredaktionen in Deutschland untersucht und mehr als 300 Journalisten befragt.

Zeit ist eine knapper werdende Ressource: 55 Prozent der Journalisten, die von den Münsteraner Wissenschaftlern befragt wurden, gaben an, heute weniger Zeit für die Recherche zu haben als früher. Nur sechs Prozent verfügen über mehr Zeit für ihre Recherchen. Zu ähnlichen Ergebnissen kommen die Journalismus-Forscher um Siegfried Weischenberg: Der zeitliche Aufwand für Recherche sank demnach von täglich 140 Minuten im Jahr 1993 auf 117 Minuten pro Tag im Jahr 2005 – Indiz Nr. 2 für die Defizite bei der Verankerung der Recherche im Arbeitsalltag der Journalisten.

Den freien Journalisten bleibt dabei etwas mehr Zeit pro Tag: Sie recherchieren im Schnitt 124 Minuten, fest Angestellte hingegen 104 Minuten. Trotzdem ist nur etwa jeder zweite Freiberufler der Ansicht, ausreichend Zeit für die Recherche zu haben. Dies ergab die Studie „Freie

Journalisten in Deutschland“, die im Auftrag des Deutschen Fachjournalisten-Verbands von der Universität München durchgeführt wurde und sich insbesondere auf eine Onlinebefragung freiberuflicher Journalisten stützt. 52 Prozent der freien Journalisten mit Vollzeit-Arbeit bejahten die Frage, ob im beruflichen Alltag genug Zeit für die Recherche bleibe. Und 46 Prozent aller Freien gaben an, dass ihre Arbeit generell unter hohem Zeitdruck leide.

Indiz Nr. 3 – die Überprüfungsrecherche spielt in der redaktionellen Realität nur eine untergeordnete Rolle. Die Leipziger Journalismus-Forscher Marcel Machill, Markus Beiler und Martin Zenker fanden in einer großen Beobachtungsstudie zur journalistischen Recherche heraus, dass Journalisten im Schnitt nur rund elf Minuten pro Tag aufwenden, um die Glaubwürdigkeit von Quellen und die Richtigkeit der Informationen zu kontrollieren. Eine Minute davon werde dem Quellencheck gewidmet. Die Überprüfungsrecherche sei „offensichtlich zum Luxus des journalistischen Alltags geworden“, folgern die Autoren der Studie („Journalistische Recherche im Internet“), die im Auftrag der Landesanstalt für Medien Nordrhein-Westfalen durchgeführt wurde. In den Arbeitstagen sei oft schlicht kein Platz mehr. „Der Journalist weiß sich oft nicht mehr anders zu helfen, als bei der Inhaltsproduktion auf informationelles Junk-Food wie etwa Pressemitteilungen und Nachrichtenagenturinhalte zurückzugreifen.“

Die Autoren der Studie beobachteten 235 Journalisten in Tageszeitungen, Hörfunk, Fernsehen und Online-Redaktionen. Sie gingen dabei von einem weiten Recherchebegriff aus und rechneten beispielsweise auch das Verfolgen der Nachrichtenlage – als Teil der Themenfindung oder der Relevanzbewertung – zur journalistischen Recherche. 108 Minuten pro Tag widmen die beobachteten Journalisten der Überprüfungs- und der Erweiterungsrecherche.

Die Leipziger Studie zeigt zudem, dass die Recherche in der redaktionellen Praxis ein Schreibtischjob ist. Eine Analyse der Recherchemittel ergab, dass Ortstermine und Face-to-face-Interviews nur einen Häufigkeitsanteil von 1,4 Prozent haben. Wesentlich bedeutender sind Telefonate (15,0%), E-Mails (12,1%) und das von Nachrichtenagenturen gelieferte Material (11,5%).

Wie wichtig gerade Quellencheck und Faktenkontrolle sind, zeigte der „Spiegel“-Reporter Markus Grill am Beispiel der Pharmaindustrie bei der „Netzwerk Recherche“-Fachkonferenz „Quellen finden und öffnen“. Es gebe beispielsweise eine systematische Unterwanderung von Selbsthilfegruppen durch Pharmakonzerne, als Experten getarnte PR-Agenten der Pharmafirmen oder medizinische Studien, deren wissenschaftlicher Wert fragwürdig sei. Die Zuverlässigkeit der Quellen sei daher stets zu kontrollieren. „Um die Öffentlichkeit über angebliche Vorteile ihrer neuen Medikamente zu täuschen, ist vielen Pharmaunternehmen jedes Mittel recht“, schreibt Markus Grill in seinem Buch „Kranke Geschäfte. Wie die Pharmaindustrie uns manipuliert“.

Auch der Fachdienst „epd Medien“ berichtete jüngst (Heft 41/2009 vom 21.5.2009) über eine besonders perfide Täuschung: Der renommierte Wissenschaftsverlag Elsevier hat in Australien jahrelang Fachzeitschriften für Mediziner publiziert, die wie unabhängige Fachmagazine wirkten, tatsächlich aber im Auftrag von Pharmaunternehmen hergestellt und von diesen bezahlt wurden.

Journalisten in Deutschland nutzen aufwändige Recherchemethoden wie die verdeckte Recherche nur selten – Indiz Nr. 4 für Defizite im Rechercheprozess. Das hat auch berufsethische Gründe: Nur acht Prozent der von Siegfried Weischenberg befragten Journalisten halten es für legitim, sich bei der Recherche als eine andere Person auszugeben. Es überrascht nicht, dass man zu einem anderen Ergebnis kommt, wenn man investigativ tätige Journalisten befragt, wie es Ingmar Cario in der Studie „Die Deutschland-Ermittler“ getan hat. In Leitfadeninterviews zeigte sich, dass die Methode der verdeckten Recherche in dieser Berufsgruppe durchaus anerkannt ist und praktiziert wird. Die Undercover-Recherche berge für den Journalismus „ein großes, längst nicht ausgeschöpftes Potential“, resümiert auch der freie Journalist David Schraven in der „Netzwerk Recherche“-Werkstatt „Undercover. Reporter im verdeckten Einsatz“, die die Ergebnisse einer Fachtagung dokumentiert.

Ein gelungenes Beispiel: Zwei ZDF-Reporter, Christian Esser und Astrid Randerath, deckten vor einigen Monaten auf, wie weit die Anzeigenberater deutscher Verlage gehen, um neue Kunden zu gewinnen. Die beiden Journalisten gründeten zum Schein eine Pharmafirma und kreierten ein Phantasieprodukt, das Antidepressivum „Volazin“, inklusive Hochglanzbroschüre und Homepage. Die Vertreter der Verlage schlugen „Gesundheits-Specials“ oder „Promotion-Anzeigen“ vor, um das Medikament zu platzieren – trotz des Werbeverbots für verschreibungspflichtige Arzneimittel. Die Gespräche mit den Anzeigenberatern zeichneten die Journalisten mit versteckter Kamera auf – die Verlage dementierten später dennoch, berichtete das NDR-Magazin „Zapp“ Ende 2008.

Der Leipziger Journalismus-Forscher Marcel Machill und seine Kollegen leiten aus ihrer Studie mehrere Handlungsempfehlungen ab. Dazu zählen sie beispielsweise die Sensibilisierung der Journalisten für PR-Inhalte, die Schaffung von spezialisierten Rechercheteams, die kontinuierliche Evaluation der Arbeitsabläufe in den Redaktionen, eine gezielte Weiterbildung für effiziente Recherche-Strategien und die feste Verankerung der Online-Recherche in der Journalisten-Ausbildung. Wenn nun auch Sender und Verlage die Notwendigkeit erkennen, die sorgfältige

Recherche im Redaktionsalltag zu stärken, heißt es in den Stellenanzeigen vielleicht bald: „Investigative/r Journalist/in gesucht. Zu Ihren Aufgaben gehören das Aufzeigen von Missständen, das Aufspüren von relevanten Themen, das Aufdecken von verborgenen Zusammenhängen und von Einflüssen der PR-Industrie. Wir freuen uns auf Ihre aussagekräftige Bewerbung“.

Literatur:

- Cario, Ingmar (2006): Die Deutschland-Ermittler. Investigativer Journalismus und die Methoden der Macher. Münster etc.
- Grill, Markus (2007): Kranke Geschäfte. Wie die Pharmaindustrie uns manipuliert. Reinbek.
- Kutscha, Annika/Anne Karthaus/Sophie Bonk (2009): Alles anders? In: *journalist*, 59. Jg., Heft 8, S. 17-21.
- Machill, Marcel/Markus Beiler/Martin Zenker (2008): Journalistische Recherche im Internet. Berlin.
- Meyen, Michael/Nina Springer (2009): Freie Journalisten in Deutschland. Konstanz.
- Volpers, Helmut (2008): Public Relations und werbliche Erscheinungsformen im Fernsehen. Berlin.
- Weischenberg, Siegfried/Maja Malik/Armin Scholl (2009): Die Souffleure der Mediengesellschaft. Konstanz.

Die Werkstatt-Hefte „Quellenmanagement. Quellen finden und öffnen“ und „Undercover. Reporter im verdeckten Einsatz“ sind kostenlos bei der Geschäftsstelle von „Netzwerk Recherche“ nach Zusendung eines frankierten und adressierten Rückumschlags erhältlich (Netzwerk Recherche e.V., Stubbenhuk 10, 20459 Hamburg). Als Dateien sind sie abzurufen unter <http://www.netzwerkrecherche.de>.

Foto: Pixelio.de/Rike

Article printed from Journalistik Journal: <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com>

URL to article: <http://journalistik-journal.lookingintomedia.com/?p=397>

Copyright © 2008 Journalistik Journal. All rights reserved.

BLOGS

View all blogs from WFSJ

Blogs Home

Authors

Archive

RSS

print this page



Dutch fact checking project offers valuable tips for journalists

SEPTEMBER 30, 2009 | BY FRANK NUIJENS

Journalism and New Media students at Leiden University and Fontys School of Journalism in Tilburg, both in the Netherlands, scrutinised media reports last year, functioning as fact checkers. Their supervisors Alexander Pleijter, Peter Burger and Theo Dersjant wrote a contribution for the recently published anthology 'Journalism brought into discredit' produced by the Catholic Institute for Mass Media (KIM, University of Nijmegen) in which they described what the students had discovered. The part of that chapter that looks at causes and offers suggestions is reproduced below. The original Dutch version was published at [De Nieuwe Reporter website](#).

Flawed facts: six causes

The fact checkers came across news items which were not always corroborated by facts. They also found exaggerated information, statistics taken out of context, fabricated problems and muddle-headed experts. They even stumbled across a case of plagiarism. Journalists make mistakes, but whether they make many or few mistakes – well, everyone will have their own opinion on that. We have tried to discover a pattern in these mistakes. The most important causes can be summarised as follows.

1. Unknown sources.

Many of the errors the students noted would not have been made if the journalists concerned had requested a report or phoned up a researcher. At least, if that had been possible – which is often not the case because the sources may not be disclosed or the research has not yet been published. The Code of Bordeaux states with good reason (Article 3): "Journalists should report using only the facts of which they know the origin". An example: Bureaucracy is taking up less of Dutch people's time and money. This was the conclusion the television programme 'Rondom 10' drew from statistics published by the ministries of Justice and Home Affairs. None of the newspapers that reported this news had read the research reports – and neither had the TV programme editors.

In order to form an opinion on the reliability of any research, American quality media start from the premise that one should know who commissioned the research, who paid for it and which method was used to collect the data. If the research is not accessible, journalists should state that – or throw the whole subject in the waste-paper bin.

2. Lack of subtlety and context.

News facts and subtleties do not go well together. Trusting the Dutch News Agency ANP, various newspapers reported that children were suffering from 'St Nicolas Stress', referring to a traditional holiday in the Netherlands. The agency had not included the information that the expert who made this statement was only talking about autistic children; they become nervous on seeing all the goodies on 5 December stacked up in the shops long before that date. In fact, the ANP had brought in an educational expert who did not believe this story, but this subtlety was excluded from the versions printed by the newspapers *De Telegraaf* and *Metro*.

Ready-made salads are vulnerable to *Listeria* contamination, according to the ANP (the bacterium having killed around 20 Dutch people in 2006). The source of this information was a Wageningen University PhD student who was not talking about ready-made salads at all, but about the danger of wrongly cooled food products.

A related source of error is lack of context. Is there any previous research on the subject? What do other specialists think? A professor of sales and account management in Rotterdam told various media, including the popular *Pauw & Witteman* TV chat show that, within five years, brain scans would help to judge the suitability of job applicants. However, it was not made clear that he was not a brain scan expert and that scientists who were experts in the field did not believe in his vision of the future.

Journalists also tend to rely on far too few measurements in making their claims about trends. The *Splits* newspaper, for example, opened on 21 October with the rather worrying headline: "Child killers on the increase". The gist of this report was that increasing numbers of children in the Netherlands are murdered by their parents (whether natural, foster or step parents). The source for this article was the extremely reliable Statistics Netherlands (the CBS). The article compared the numbers of children murdered in 2000 with the numbers in 2007. There was certainly an increase, but anyone who requested the statistics for the intervening and previous years – as a Tilburg student did – would discover there was no question of an increase. The point was – there were extremely few murders in 2000.

This is how presumptions become certainties, little chance becomes an enormous risk, a few measurements suddenly signal a trend, and random examples turn into newsworthy phenomena.

3. Inadequate research methods.

According to a British professor of psychology, women go shopping more often and make larger numbers of irresponsible purchases in the ten days before menstruating. The BBC, *De Telegraaf* newspaper and other media reported this as news but anyone making the effort to study the research report would see that the method was totally inadequate and the results inconsequential. For example, there was no significant difference in the degree of compulsive buying between the last and middle period of the menstrual cycle. In other words, it could just as easily have been coincidence.

We get the impression that editorial offices do not give a high priority to insight into research methods or an understanding of statistics. Or perhaps they do have insight into these matters but are unable to see the consequences. Internet polls are often unreliable because those taking part select themselves; everyone recognizes this to be a problem, but that does not prevent news media from presenting the results of some such polls as news.

One example is the Dutch website *ikmeldagressie.nl*, a website for reporting aggression. It held an online survey from which the media concluded that aggression towards public servants is a big and growing problem.

An even more idiotic example: one of the fact checkers came across some news about gossiping men (they do this more than women: on average 76 minutes per day! And women only 52!) on a British website called OnePoll where people taking part can earn money by filling in a questionnaire. The more rapidly – and more imprecisely – they do this, the more they earn.

4. Biased sources.

All journalists get it hammered into them that sources should be unbiased. Nevertheless, the fact checkers discovered countless reports along the lines of 'We from *Brand X* recommend *Brand X*'. Another example was a claim from two computer games magazines that gaming was the cheapest of all hobbies. A fact checker calculated, however, that the board game *Settlers of Catan* costs much less and that you could always go walking or do some knitting, should the board game also prove too expensive. Some more examples: those organising the Emigration Fair commissioned a survey which concluded that many Dutch people are thinking of emigrating; the job vacancy site Monsterboard commissioned a poll which showed that most of those responding do not have the perfect job; the person responsible for all the ATMs and point-of-sale machines knows that PIN usage prevents robbery with violence – even though he has no figures to prove this.

5. Editorial intervention.

Mistakes can arise when changes made by an editor are not checked with the author of the original piece. Various regional Dutch newspapers published an alarming report about an 'army of cats' that was 'spreading death and destruction'; in other words an explosive growth in the number of stray cats in the Netherlands was causing a wave of stench, filth, feline howling and other such problems. The journalist who had written the original text for the regional paper, the *Leeuwarder Courant*, did not recognize his own story when he saw the version produced by the press agency GPD and then once again by the local *Brabants Dagblad*. At each editing stage, the stray-cat problem had become even more sensational.

6. Fabricated explanations.

The facts are correct but the explanation is not. Does the annual change to Summer Time cause an increase in the numbers of heart attacks? Yes, there is certainly something strange about the statistics on heart attacks, **but** scientists cannot agree that this is due to Summer Time. Do people cope with their worries about the recession by eating more meat snacks? Yes, more snacks are being sold, **but** this fact cannot be ascribed to the credit crisis because that had not started when the snack sales were investigated. The credit crisis, that was raging in the period our fact checkers were at work, is a category in itself when it comes to reasons for broadcasting news and all the whys and wherefores. When the students were checking news about the desire to emigrate, they stumbled across one expert who ascribed the increasing emigration to the recession and yet another expert who noticed that emigration was dropping because of the recession.

The *Metro* newspaper, using exaggerated statistics, noticed the crisis was causing an increase in the numbers of stray cats and dogs – dumped by their poverty-stricken owners. The television current affairs programme *Netwerk*, in its coverage of the large numbers of pets that, because of the crisis, were ending up in special homes for stray cats and dogs, based their report on research that predated the credit crisis. The *Netwerk* editor responsible said the following: "Hard facts weren't necessary in this case".

Escape the fact checker's knife

Truth and factual information are both essential to journalism but the urge to produce entertaining, striking or out-of-the-ordinary stories sometimes prevails. A commonly recurring reaction from journalists to questions from fact checkers was: "I didn't set out to write scientific analysis; it was lightweight news, something nice to read at breakfast".

They are not saying that lies are OK, but they *are* defending their right to be economical with the truth. One is at liberty to give facts an interesting slant to make them newsworthy. If scientific research shows that injecting L-Cystine into rats causes them to have an erection, that is not newsworthy. However, if a journalist learns that L-Cystine can be converted into hydrogen sulphide and he remembers it is the stuff that makes rotten eggs stink so abominably, before you know it, the headline is 'Men get a hard-on from rotten eggs'. Factually incorrect, but it sounds great and will undoubtedly attract lots of readers.

A term like L-Cystine also immediately demonstrates where things can so easily go wrong. Many journalists do not possess the necessary knowledge to understand scientific subjects fully. Just try reading an article in the *Proceedings of the National Academy of Sciences*, with all those scientific terms and statistical analyses. Try making head or tail of that!

And that's assuming you have the time to read a research report of that kind. Many journalists do not even receive a copy of the research they are writing about. Many newspaper articles are written using press releases or reports from other media. The latter, particularly, lead to news being spread about without anybody raising the alarm and, anyway, why should one do a check? This is just meant to be entertaining news, surely? Why spend time poring over a research report? It is just a question of choices: checking takes time, so is that subject worth the time? This applies to the enjoyable – and thus not too serious – news reports: they should be written only if they do not require much time.

The above examples seem to suggest that fact finding is not a priority for many a journalist. The requirement to deliver necessitates quantity rather than quality. Furthermore, editorial staff seem to be limited in their ability to correct themselves and to learn from their own mistakes. They are not used to tackling each other about trashy texts. You need courage to tell a colleague that something is inadvisable, or that they have allowed rubbish to be printed in the newspapers. The consequence of this non-intervention culture is an inability to self-regulate, and this leads to unnecessary errors.

For editors who wish to break away from this culture, here are a few suggestions for escaping the knives of watchful students. These suggestions arise from our experiences with the fact-checking projects.

1. Don't be afraid to check stories to the point they fall apart. Students often came up with correct stories that were certainly just as entertaining as the original (but erroneous) news. You could, for example, accept the press release from the Dutch Institute for Road Safety Research which stated that the number of serious accidents in 30-kilometre zones increased sharply in the period 2002-2007. You could also check the facts and discover that the number of 30-kilometre zones also increased sharply in this period. And this also leads to a nice report about the Institute disseminating statistics which should be taken with a pinch of salt.

2. Be critical of other media. News facts published by the BBC or *the Guardian* are not necessarily correct; they make mistakes too. Here again, reporting errors made by other media can produce sound as well as entertaining reports. If all the media are claiming that men get an erection from the smell of rotten eggs, you can write a splendid piece in which the researcher rejects this claim as a load of rubbish.
3. Make sure the necessary expertise is present in the editorial office. It is really not necessary to staff the whole office with statisticians and scientists in order to prevent errors. However, it is essential to have several editors with a basic knowledge of figures, research and statistics. There should also be someone who can function as an information desk and who has the courage to point out colleagues' errors. When we aired these suggestions in an editorial office, the editor-in-chief's response was "the need to employ scientists to write about science is just as great as the need to employ a footballer to write about sport". OK, but the other extreme is a football reporter who does not know what 'offside' means. Or a science journalist who does not understand the principles and pitfalls of research.
4. Throw out idiotic rules –such as 'at least 500 people should be interviewed in a research project'. There are innumerable large-scale – yet inadequate – research projects. At the same time, a great deal of research with fewer than 500 participants is of excellent quality. It appears that a journalist seldom looks at the non-responses in surveys even though they can provide an evaluation of the survey's reliability. If 500 people respond to a survey and 5000 slammed the door, what does that say about that particular piece of research? Rules like this do not protect one against fiascos. Editors with an understanding of and insight into methodology would in fact be much more useful.
5. Request figures and research reports. Do not be kidded into believing something has increased. Ask for the figures! Companies will often benefit from research being publicised in the news but, at the same time, are unwilling to release the research report. How can a journalist check to see if the research has been well done? Do not let yourself be manipulated; do not publish information about research that you have not been allowed to cast your eye over. Otherwise, you are making it very easy for these companies to manoeuvre you into giving them free publicity.
6. Consult the experts. You may not have the necessary expertise to evaluate a piece of research yourself. In that case, do not be embarrassed about seeking the advice of the researchers in question or other experts. They can point out any wrongful interpretations or shortcomings in the research. Take, for example, a research project which showed that vegetarians have an increased chance of developing intestinal cancer. Check with the experts to see if these results correspond with those of any previous research.

If all journalists and editorial staff took these suggestions to heart, our brilliant didactic concept would soon be superfluous. Fortunately, it appears that not everyone feels enthusiastic about fact checking. One journalist was unwilling to respond to our students because, as he said, "You fact checkers are always a few steps behind us". Maybe so, but we *are* watching your backs!

COMMENTS

[ADD YOUR COMMENT](#)

Be the first to comment

[Home](#) [About](#) [News](#) [Conferences](#) [Associations](#) [Resources](#) [Projects](#) [Blogs](#)

[Search](#) [Contact us](#)

E-Mail des dpa-Chefredakteurs an die dpa-Mitarbeiter

Liebe Kolleginnen,
liebe Kollegen,

vorweg möchte ich mich dafür entschuldigen, dass ich Ihnen wieder einmal einen sehr langen Text zumute. Es geht aber nicht anders: Nachdem die dpa nun zum dritten Mal innerhalb weniger Wochen auf eine Fälschung hereingefallen ist, müssen wir unsere Arbeitsweise und Sicherheitssysteme noch einmal überprüfen.

Vor zehn Tagen haben wir versucht, den aktuellen Fälschungs-Fall aufzuarbeiten und schärfere Regeln zu definieren. Sowohl bei unserer Besprechung als auch in vielen Gesprächen und Mailwechseln in den vergangenen Tagen wurden zwei mögliche Maßnahmen besonders kontrovers diskutiert:

1. Können wir alle schriftlichen Mitteilungen überprüfen, die uns erreichen?
2. Ist es sinnvoll und machbar, die Weiterleitung von schriftlichen Mitteilungen ohne erklärende Kommentare zu verbieten?

Exemplarisch für die Diskussionen der vergangenen Tage ist mein Mailwechsel mit Gerd Roth (den ich hier mit dessen Einverständnis auszugsweise zitiere).

Gerd Roth schrieb mir:

"Grob geschätzt dürfte die Zahl der von uns täglich verwerteten Mails/Faxe/Briefe im oberen vierstelligen Bereich liegen. Es scheint mir wenig realistisch, dass Anrufe/Nachfragen da die Regel sein können. Gleichzeitig ist es aber wenig sinnvoll, Regelungen einzuführen, deren Umsetzung entweder nicht möglich ist oder deren Nicht-Befolgung möglicherweise aus anderen Gründen (Zeitdruck, Konkurrenzlage etc.) schon sehr bald wieder mehr oder weniger billiger in Kauf genommen werden könnte."

Meine Antwort an Gerd Roth:

"Wir haben im Basisdienst täglich 600 bis 800 Meldungen. In den Landesdiensten insgesamt 1000 bis 1200 weitere. Selbst wenn ich annehmen würde, dass wir für jede Meldung zwei schriftliche PM verarbeiten, komme ich nicht auf eine Zahl im oberen vierstelligen Bereich, die es zu checken gäbe."

Sicher kommen täglich mehr als 2000 PMs bei uns an, aber ein großer Teil landet doch von vornherein in der Ablage P. Mal angenommen, wir müssten agenturweit täglich tatsächlich 2000 PMs nachrecherchieren. Dann wären wir bei über 400 Journalisten im Netz und in der Zentrale bei ca. 5 Anrufen pro Person und Tag. Wäre das so schlimm?

Es geht aber gar nicht um solche Zahlenspiele. Es geht um eine grundsätzliche Frage der Agenturarbeit.

Meine These: Eine Agentur, die nicht viel mehr leistet, als Pressemitteilungen auszuwählen und umzuschlagen, braucht niemand. Wir wissen alle: Die dpa ist weit davon entfernt, simplen press release journalism zu betreiben. Aber ein Mehrwert (den die Kunden mit einem hohen Premium

bezahlen sollen) einer Nachrichtenagentur mit Qualitätsanspruch muss genau darin bestehen, grundsätzlich mehr zu liefern als Informationen, die man auch bei OTS bekommt. Und mit "mehr" meine ich nicht nur "netter formuliert".

Daher sehe ich gar keine Alternative zu dem Ansatz: Wenn wir ein Thema für meldungswürdig halten, müssen wir in der Regel auch die Zeit für Prüfung/Nachrecherche investieren, womit ja kein schlichtes Verifizieren der Echtheit des Absenders gemeint ist, sondern die Recherche weiterer Informationen, Details, Zitate. Wenn der Preis dafür weniger und dafür bessere Meldungen sind, sollten wir diesen Preis zahlen.

Im Übrigen ist der Aufwand in der Praxis meist gar nicht so groß. Ein, zwei Anrufe, eine Mail müssen die Zeit für die Erarbeitung einer Meldung/Zufa nicht unermesslich verlängern. Fact Checking, Recherche muss der Normalfall sein.

Wir brauchen in unseren Köpfen einen Check-Reflex."

Vielen Dank an Gerd Roth für sein Okay zur Veröffentlichung unseres Mailwechsels! Vielen Dank auch an alle anderen Kollegen, die sich in den vergangenen Tagen mit vielen wertvollen Hinweisen an der Diskussion beteiligt haben.

Ich komme zu keinem anderen Ergebnis:

Informationen, die der dpa angeboten werden, SOLLEN immer überprüft werden.

Wenn es sich um sensible oder überraschende Informationen handelt, MÜSSEN sie ausnahmslos überprüft werden.

Auch durch die wichtige Rede von Werner D'Inka beim Empfang zum Abschied von Wilm sehe ich mich darin bestärkt:

Für den Erhalt unserer Glaubwürdigkeit ist kein Preis zu hoch, wir werden sie mit allen Mitteln schützen.

Deshalb möchte ich Sie bitten, die folgenden Regeln zu beachten, die zweifellos dazu führen werden, dass die dpa weniger Meldungen produzieren und in einzelnen Fällen später berichten wird.

Allerdings: Es geht nicht um die Entdeckung der Langsamkeit, sondern um die Verbesserung der Gründlichkeit. Niemand sollte das Konzept als pure Entschleunigung missverstehen. Gerade beim Überprüfen von Informationen ist oft äußerste Eile angesagt.

Abschließend eine persönliche Bemerkung: Ich schließe nicht aus, dass auch mir ein solcher Fehler hätte passieren können, wie er uns in den vergangenen Wochen nun dreimal unterlaufen ist. Jeder von uns macht im Eifer des Gefechts Fehler. Bei schwerwiegenden Fehlern mit negativen Auswirkungen auf den Ruf der Agentur können wir allerdings nicht einfach zur Tagesordnung übergehen.

Schöne Grüße

Wolfgang Büchner

A) Inhaltliche/Organisatorische Konsequenzen

1. Journalistische Sorgfalt ist die Grundlage unserer Arbeit

Dieser Grundsatz ist natürlich allen dpa-Redakteuren klar, wir können ihn aber nicht oft genug betonen. Und deshalb steht er noch einmal ganz am Anfang dieser Liste.

2. Richtigkeit geht IMMER vor Geschwindigkeit

Es gibt für den Nachrichtenjournalismus keine wichtigere Regel als den berühmten Satz des 2009 gestorbenen US-Journalisten Walter Cronkite:

"Get it first, but first get it right." Auch dies ist für uns alle nicht neu, sondern eine Selbstverständlichkeit.

Die Chefredaktion stellt noch einmal klar, dass niemand mit Kritik/Strafe rechnen muss, weil jemand nachfragt oder zweifelhafte Fakten prüft und dadurch eine Berichterstattung verzögert wird.

Wer im erforderlichen Umfang prüft und nachrecherchiert und dadurch eine Meldung erst später auf dem Draht hat als die Konkurrenz, darf dafür im Protokoll nicht kritisiert werden. Im Gegenteil sollten wir darauf hinweisen, dass wir später waren, dies aber völlig in Ordnung ist, weil folgende Fakten überprüft wurden / Zweifel ausgeräumt werden mussten: (...).

3. Alle Informationen, die der dpa angeboten werden, SOLLEN überprüft werden

Das Anrufen und Nachfragen bei schriftlichen Mitteilungen (Post, Fax, E-Mail) ist die Regel, nicht die Ausnahme.

Natürlich soll dabei nicht einfach die Echtheit der Absender überprüft werden. Beim Anrufen und Nachfragen sollten gute Zitate, weitere Details und zusätzliche Informationen eingeholt werden. So entsteht ein echter Mehrwert für unsere Kunden. Genau mit dieser anstrengenden und aufwändigen Arbeit bleiben wir unverzichtbar und erarbeiten uns den entscheidenden Wettbewerbsvorteil gegenüber Konkurrenten, die die dpa verzichtbar machen wollen.

4. Intelligentes Weiterleiten

Pressemitteilungen (vor allem in elektronischer Form) dürfen normalerweise nicht mehr ohne Kommentare/Handlungsanweisungen weitergereicht werden.

Eine kurze Notiz wie: "bitte 10 Zeilen", "bitte prüfen", "Vorsicht, zweifelhaft" oder "nur z.K." sollte das Minimum sein, was wir Weiterleitungen mitgeben. Besser ist eine ausführlichere Information des Empfängers, warum er etwas bekommt und was damit geschehen sollte.

Nur in Ausnahmefällen, wenn für den Empfänger absolut klar ist, was mit einer weitergeleiteten Mail geschehen soll, kann auf einen Hinweis verzichtet werden. (Beispiel: Wenn 15 Politiker und Verbände zu den neuen Arbeitsmarktzahlen Stellungnahmen schicken, dann kann hier diese auch künftig unkommentiert direkt an den Kollegen schicken, der eine Zufa zum Thema schreibt).

Mit sehr reduzierten Kommentaren können auch Mitteilungen weitergeleitet werden, die an falsche Standorte/Ressorts geschickt wurden. Auch hier sollte es eine Minimalangabe "Ihr Gebiet, Ihr Ressort" geben.

Diese Weiterleitungsregeln gelten auch für Meldungen, die an einen Tisch adressiert wurden und von dort an einen anderen weitergereicht werden, sowie für interne Dienstmeldungen.

5.1. Hilfe holen

Kann ein(e) Slotter(in) in den Randzeiten eine wichtige Mitteilung selbst nicht angemessen prüfen, sollte er/sie nicht zögern, die Nachtbereitschaft zu informieren.

Bei Themen mit Aufmacher-Potenzial gilt im Inland wie im Ausland: Der ortsansässige Korrespondent wird immer hinzugezogen - unabhängig von der Uhrzeit.

Bei schwierigen Themen sollten - vor allem in Randzeiten - rechtzeitig die CvD's oder die Chefredaktion eingeschaltet werden.

5.2. BISS aktualisieren!

Damit wir uns gegenseitig erreichen, ist es extrem wichtig, dass alle Informationen, vor allem die Handynummern in BISS vorhanden und auf dem aktuellen Stand sind. Bitte prüfen Sie alle umgehend die für Sie dort hinterlegten Angaben. (Dort finden sich teils völlig veraltete Telefonnummern.)

Auch die Kontaktdaten sämtlicher wichtiger Ansprechpartner sollten in BISS eingetragen sein.

6. Mitteilungen zu Themen auf dieser Check-Liste MÜSSEN IMMER überprüft werden

Diese Liste enthält die Themen, die so sensibel sind, dass sie in jedem Fall telefonisch nachrecherchiert werden müssen.

Bei all diesen Themen sollte der erste mit dem Thema befasste Slot beim Autor nachfragen, ob wirklich gecheckt wurde. Hilfreich ist es, wenn der Autor direkt vermerkt, dass und wie eine Mitteilung überprüft wurde.

- alle Mitteilungen, die den geringsten Zweifel an Inhalt und Authentizität aufwerfen
- alle Meldungen, die wir mit "überraschende Wende" oder ähnlichen Formulierungen aufmachen müssten
- Mitteilungen zu Todesfällen (im Inland nie ohne zuständige, eigene Quelle melden, im Ausland auf seriöse Quelle und deren Formulierung achten (NYT...))
- alles rund um Privates /Persönliches: Krankheit, Scheidung/Trennung
- weitreichende Entscheidungen: Rücktritte, Entlassungen, Personalien generell
- börsenkursrelevante Mitteilungen (z.B. Übernahmen, Gewinnwarnungen, Insolvenzanträge)

- alle Meldungen über geschäftliche und personelle Vorgänge in Medienunternehmen (insbesondere bei unseren Medienkunden!)
- kritische Äußerungen von Parteikollegen übereinander (z.B. Wulff fordert die Ablösung Merkels)
- Informationen über spektakuläre Kriminalfälle (z.B. Geiselnahmen, Amokläufe und Prominente als Täter, Opfer oder Mitwisser), sofern sie nicht von offiziellen Stellen wie Polizei und Staatsanwaltschaft oder aus zuverlässigen Augenzeugenberichten stammen
- Staatsanwaltschaft teilt Aufnahme oder Nichtaufnahme von Ermittlungen in brisanten Fällen mit
- Mitteilungen über brisante Gerichtsurteile
- Informationen über Terroranschläge
- (vermeintlich) echte Terror-Drohanrufe
- angeblich bahnbrechende neue Erkenntnisse in Forschung und Wissenschaft, sofern sie nicht aus den renommierten Fachorganen (Science, Nature etc.) stammen

7. Check-Verfahren

Die drei Grundregeln zur Überprüfung von Informationen lauten:

- a) Immer den unbequemen Weg gehen!
- b) Treffen Sie weniger denn je einsame Entscheidungen, diskutieren Sie mit Kollegen!
- c) Je größer und unwahrscheinlicher eine Story ist, desto gründlicher müssen wir sie überprüfen.

Es gilt weiter, was wir bereits nach dem Bluewater-Debakel festgehalten haben: Eine Nachricht, die zum Aufmacher von Zeitungen und Websites werden könnte, darf niemals nebenbei von einem Slot bearbeitet werden. Im Falle exklusiver Informationen, die das Potenzial haben, zur Nachricht des Tages zu werden, stellt der CvD/Ressortleiter sofort mindestens zwei Mitarbeiter zur Verifizierung von Informationen und Recherche frei. Diese Taskforce widmet sich dann ausschließlich der Berichterstattung über dieses Thema. Das gilt auch in dem Fall, dass der dpa ein schwerer Fehler unterlaufen ist und dieser aufbereitet und gegenüber den Kunden dokumentiert werden muss.

Für alle zwingend zu überprüfende Mitteilungen gilt (vor allem wenn uns der Absender nicht bekannt ist):

- Mitteilungen mit ausreichend Zeit und Konzentration lesen
- Plausibilität prüfen: Kann es wirklich sein, dass diese oder jene Behauptung/Aussage/Forderung von der betreffenden Organisation/Person erhoben/getätigt wird - oder liegt die Mitteilung weit neben dem Erwartbaren?
- Gerade für potenziell sensationelle Mitteilungen gilt, was wir schon nach dem Bluewater-Debakel festgestellt haben: Eine Story, die zu gut ist, um wahr zu sein, ist vermutlich genau dies: nicht wahr.

- Namen von unbekanntem Sprechern oder handelnden Personen zur ersten Verifikation in der Doku DB, der dpa-Plattform suchen und/oder googeln - wenige Treffer bei Google oder keine Fundstellen in der dpa-Plattform sind ein Alarmsignal!

- Beim leisesten Zweifel an der Echtheit einer Mitteilung gilt darüber hinaus: Nicht die Telefonnummer zurückrufen, die in einer (womöglich gefälschten) E-Mail angegeben ist, nicht nur die Website aufrufen, die dort angegeben wurde. Besser Telefonnummern bei www.telefonbuch.de oder über die Auskunft nachrecherchieren.

- Bei zweifelhafter Quellenlage ist die Berichterstattung - vor allem im Ausland - über einen zusätzlichen "Ring der Überprüfung" abzusichern. Nicht nur die lokalen Behörden, sondern mindestens eine übergeordnete Stelle muss die Information bestätigen können (z.B. in den USA: die Heimatschutzbehörde oder der jeweilige Bundesstaat). Bei Auslandsthemen sind unbedingt die großen nationalen Medien zu beobachten.

- Absender möglichst über bekannte Ansprechpartner persönlich verifizieren. Wenn es keine bekannten Ansprechpartner gibt: Ansprechpartner über andere - mit dem Thema verknüpfte - übergeordnete Stellen erfragen (Beispiele: Bundespresseamt, Parteien, Verbände, etc.).

Bei der Überprüfung von Webseiten/Internet-Auftritten gilt insbesondere:

- In dubiosen Pressemitteilungen angegebene Internetseiten schon auf ihren Namen hin prüfen (klingt er merkwürdig?)

- Wie ist die angeblich offizielle Webseite aufgebaut? Fallen Ungereimtheiten auf? Gibt es Bestandteile, bei denen man stutzig werden könnte?

- Webseiten immer mit der Netcraft Toolbar checken

- Für einen Gegencheck Webpräsenz eines Absenders googeln und auch die so recherchierten Seiten mit der Netcraft Toolbar checken

- Im Zweifel fachkundige Kollegen zur Überprüfung von Mailadresse und Internetadresse hinzuziehen

8. Präzise Zeitangaben

Geschönte Zeitangaben in unseren Meldungen ("teilte am Freitag mit" - statt Donnerstag), wenn eine PM am Donnerstag einging, aber erst am Freitag verarbeitet wurde, sind unzulässig. Die korrekte Form lautet:

"bestätigte die Pressestelle am Freitag eine entsprechende Mitteilung vom Vorabend" (insofern die entsprechende Nachfrage erfolgt ist).

9. Foto-Fälschungen

Besondere Vorsicht gilt auch bei Fotos, die uns per E-Mail angeboten werden.

Fotos (und Videos, vgl. Bluewater) wirken besonders authentisch, gut gemachte Fälschungen sind dadurch besonders schwer zu entdecken. Daher gelten alle Regeln für textliche Mitteilungen - insbesondere die Liste der immer zu überprüfenden Fälle/Themen - auch für den Foto- und Videobereich.

10. Transparenz

Tauchen Zweifel an der Korrektheit gesendeter Meldungen/Fotos auf, sind unsere Kunden von Anfang an per Achtungshinweis zu informieren.

Auch wenn vielleicht noch viele Fragen ungeklärt sind - die Bezieher des dpa-Dienstes werden so früh wie möglich über einen Achtungshinweis informiert. Dieser kann nach folgendem Strickmuster formuliert sein:

"Bitte verwenden Sie die Meldung 0000 / das Foto 0000 vorerst nicht.

Es gibt berechtigte Hinweise, dass ... Die dpa prüft ... und wird Sie informieren, sobald es neue Erkenntnisse gibt." (...) Vergleiche dazu auch Hinweise zum Zurückziehen in vrs.

In Fällen, in denen die dpa eigentlich sofort berichten müsste, wir aber Zweifel an Fakten oder dem Absender einer Information haben, müssen wir versuchen, diese Zweifel umgehend auszuräumen. Falls das nicht gelingt, müssen wir auf die Berichterstattung verzichten, bis bestehende Zweifel ausgeräumt sind. Dabei sollten wir verstärkt auf die Möglichkeit von Achtungsnotizen an die Kunden zurückgreifen.

Beispiel: "Der dpa wurde mitgeteilt, dass ... Wir konnten diese Information bisher nicht überprüfen. Eine Berichterstattung folgt, sobald ..."

All dies sollte allerdings nicht so interpretiert werden, dass das Verfahren in Randzeiten lautet: Das ist kompliziert, das lassen wir sicherheitshalber mal liegen, weil es ohnehin unwahrscheinlich ist, dass wir heute noch eine Bestätigung bzw. ein Dementi erhalten!

Wichtig: Jeder Versuch, der dpa eine Fälschung unterzuschieben, muss umgehend der Chefredaktion und der Rechtsabteilung gemeldet werden!

11. Medien-Infos

Für (Vorab-)Informationen deutscher Medien (vor allem unserer Medienkunden) gilt, dass die dpa diese Informationen bei entsprechendem Nachrichtenwert aufgreifen kann, auch wenn diese nicht bei der Erstquelle überprüft wurden. Wir unterstellen, dass seriöse Medien an uns übermittelte Fakten selbst hinreichend geprüft haben.

Diese Regel entbindet uns allerdings nicht von der Pflicht, die Authentizität einer Medien-Vorab selbst sowie die Plausibilität und Justiziabilität der darin enthaltenen Informationen noch einmal zu überprüfen.

12. Medien im Ausland

In einigen Fällen ist es notwendig, dass die dpa die Berichterstattung anderer Medien aufgreift, weil ein Thema durch die Veröffentlichung eine so große Dimension bekommen hat, dass wir es nicht ignorieren dürfen. Wenn die halbe Welt über etwas spricht, muss sich auch die dpa um dieses Thema kümmern.

Das gilt auch dann, wenn wir diese Informationen nicht selbst verifizieren können.

Voraussetzung für eine Berichterstattung der dpa ist auch in diesen Fällen, dass die Information plausibel und ihre Verbreitung nicht justiziabel ist.

Besonders wichtig ist es, dass wir in diesen Fällen die notwendige Distanz zur Quelle wahren und gegebenenfalls vorhandene Zweifel artikuliert werden.

B) Technische Konsequenzen

1. Schließung des Mailgateways zu PEN

Alles Material, das ungeprüft direkt ins Redaktionssystem einläuft, stellt ein Sicherheitsrisiko dar. Der Gateway zu PEN soll deshalb so schnell wie möglich geschlossen werden. Eine Arbeitsgruppe prüft, ob/wie alle Textquellen per Mail an Standortpostfächer bzw. Arbeitseinheiten weitergeleitet werden können.

Arbeitsgruppe: Irmi Kern, Christian Volbracht, Klaus Herwig, Martin Romanczyk, Andrej Sokolow und Roland Freund.

2. Zertifizierung von Mails

Die dpa führt ein eigenes Zertifizierungssystem ein. Handverlesene Absender wie Kunden, Regierungsstellen, Pressestellen von DAX-Unternehmen, Polizei-Dienststellen etc. sollen nach und nach integriert werden. Die zertifizierten Mitteilungen können dann unter Umständen wieder direkt in ERNA/PEN/STAR oder INES einlaufen.

3. Sicherheitsmaßnahmen bei News Aktuell

Unabhängig davon wird mit News Aktuell über die Sicherheit der ots-Meldungen gesprochen (übernimmt Martin Romanczyk).

4. Sicherheitsmaßnahmen bei dpa-AFX

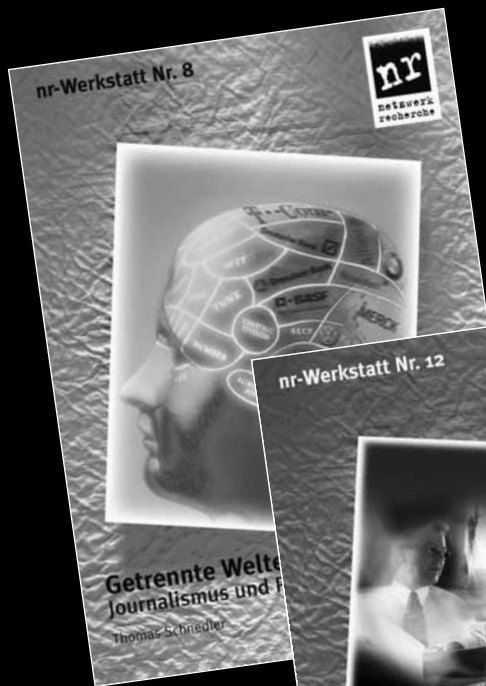
Zudem gleichen wir unsere Sicherheitsmaßnahmen mit denen von dpa-AFX ab (übernimmt Martin Romanczyk).

C) Disziplinarische Konsequenzen

Die Chefredaktion stellt klar, dass eklatante Verstöße gegen die Sorgfaltspflicht auch disziplinarische Folgen haben.

Die Chefredaktion betont ausdrücklich, dass niemand mit Nachteilen zu rechnen hat, der Fakten in angemessener Weise überprüft und dadurch eine Berichterstattung verzögert.

Dokumentationen



Die Dokumentationen

**nr-Werkstatt:
Getrennte Welten**

**nr-Werkstatt:
In der Lobby brennt noch Licht**

**nr-Werkstatt:
Interview-Kulturen**

**nr-Werkstatt:
Undercover**

können kostenfrei gegen einen adressierten und ausreichend frankierten Rückumschlag (DIN C5, 1.50 Euro) beim netzwerk recherche bezogen werden.

Bezugsadresse:
netzwerk recherche
Stubbenhuk 10, 5. OG
20459 Hamburg

www.netzwerkrecherche.de
info@netzwerkrecherche.de

