

EDITED VOLUME SERIES

Sandra Mauler, Heike Ortner, Ulrike Pfeiffenberger (Hg.)

Medien und Glaubwürdigkeit

Interdisziplinäre Perspektiven auf
neue Herausforderungen im medialen Diskurs

innsbruck university press

EDITED VOLUME SERIES

Sandra Mauler, Heike Ortner, Ulrike Pfeiffenberger (Hg.)

Medien und Glaubwürdigkeit

Interdisziplinäre Perspektiven auf
neue Herausforderungen im medialen Diskurs

Sandra Mauler

ims – Innsbruck Media Studies, Medienforum Innsbruck, Universität Innsbruck

Heike Ortner

Institut für Germanistik, Universität Innsbruck

Ulrike Pfeiffenberger

Institut für Medien, Gesellschaft und Kommunikation, Universität Innsbruck

Diese Publikation wurde mit finanzieller Unterstützung des Vizerektorats für Forschung, des Dekanats der Philologisch-Kulturwissenschaftlichen Fakultät und des Dekanats der Philosophisch-Historischen Fakultät der Universität Innsbruck gedruckt.



© *innsbruck* university press, 2017

Universität Innsbruck

1. Auflage

Alle Rechte vorbehalten.

Umschlagbild: (c) johnnyscriv (iStock)

www.uibk.ac.at/iup

ISBN 978-3-903122-94-9

Inhalt

Medien und Glaubwürdigkeit, Objektivität und Vertrauen:

Zur Einführung

Sandra Mauler, Heike Ortner und Ulrike Pfeiffenberger.....7

I. Gibt es eine Glaubwürdigkeits- und Vertrauenskrise?

Medien und Politik in der Glaubwürdigkeitskrise.

Zwischen „Lügenpresse“, Kampagnenjournalismus und Aufklärung

Ulrich Sarcinelli.....23

Das Vertrauen in die Medien und sein Verschwinden

Knut Hickethier.....39

II. Glaubwürdigkeit, Plausibilität, Authentizität: Exemplarische Arenen

Fake News im Staatsfernsehen:

Russlands Informationskrieg und seine Folgen

Eva Binder51

Manipulation und Glaubwürdigkeit im Fotojournalismus

Petra Bernhardt65

Filmen auf Demonstrationen – zwischen Vertrauen und Misstrauen

Christine Hämmerling77

Plausibilität und Glaubwürdigkeit in gegenwärtigen Sagen und Gerüchten <i>Ingo Schneider</i>	91
-------------------------------------------------------------------------------------------------------	----

Blinder Klatsch: Glaubwürdigkeit und Wahrheitsanspruch der alternativen Prominentenberichterstattung <i>Heike Ortner</i>	107
--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

III. Wege zur Restauration von Glaubwürdigkeit und Vertrauen

Purzlagl. Eine Vorwärtsrolle in den partizipativen Journalismus <i>René Foidl</i>	127
--------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Automatisierte Plagiatserkennung in Textdokumenten: Was der Schreibstil eines Autors über die Echtheit verrät <i>Michael Tschuggnall</i>	131
------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------	-----

Autorinnen und Autoren	141
------------------------------	-----

Medien und Glaubwürdigkeit, Objektivität und Vertrauen: Zur Einführung

Sandra Mauler, Heike Ortner und Ulrike Pfeiffenberger

Einleitung

Alljährlich veranstaltet der interdisziplinäre Forschungsbereich *innsbruck media studies* in Kooperation mit der Moser Holding und der Austria Presse Agentur eine Ringvorlesung und einen Medientag zu einem Thema, das in den Medienwissenschaften und in der Öffentlichkeit zum Zeitpunkt der Planung virulent ist. Für das Wintersemester 2016/17 fiel die Wahl auf das Thema „Medien und Glaubwürdigkeit“. Dem Medientag wurde als Untertitel „Zwischen ‚Lügenpresse‘, Kampagnenjournalismus und Aufklärung“ verliehen. Im Frühjahr 2016 war noch nicht absehbar, wie aktuell und virulent dieses Thema im Herbst tatsächlich sein würde. Über 600 Anmeldungen zur Lehrveranstaltung, eine überfüllte Aula am Medientag, angeregte, teils sehr emotionale Diskussionen mit engagierten Studierenden und Interessierten zeigen, dass die Frage nach der Glaubwürdigkeit der Medien viele Menschen in und außerhalb des universitären Feldes bewegt.

Knapp zwei Wochen vor dem Medientag entschied Donald Trump die US-Präsidentenwahl für sich – diesem Ergebnis gingen schwerwiegende Vorwürfe der Manipulation an die jeweilige politische Gegenseite voraus. Die Vorwürfe bezogen sich sowohl auf eine mögliche Manipulation des Wahlausgangs als auch auf die Manipulation der öffentlichen Meinung durch die mediale Verbreitung von Lügen: aufseiten Trumps durch die unkontrollierbaren Kanäle der Sozialen Medien, aufseiten Hillary Clintons über die kontrollierten „Systemmedien“.¹ So kündigte Donald Trump schon vor dem Wahlgang in einem Interview an, aufgrund von „Unregelmäßigkeiten“ die Wahl anzufechten, ebenso wie das Clinton-Lager die Wiederaufnahme der FBI-Ermittlungen wegen der „E-Mail-Affäre“ als unmittelbare und unerhörte Einmischung in die Wahl verstand.² Gegenwärtig beschäftigt sich in den USA eine Grand Jury mit möglichen illegalen Verbindungen des letztendlich gewählten Kandidaten nach Russland vor, während und nach dem Wahlkampf.

¹ Vgl. Paul Middelhoff (28.10.2017): Ist die US-Wahl gezinkt? Zeit Online, abrufbar unter URL: <http://www.zeit.de/politik/ausland/2016-10/betrugsvorwurf-usa-wahlen-praesidentschaft-donald-trump> [Stand vom 31.07.2017].

² Vgl. Oliver Grimm (20.10.2016): US-Wahl 2016: Trump droht, Ergebnis nicht anzuerkennen. Presse Online, abrufbar unter URL: <http://diepresse.com/home/ausland/aussenpolitik/5104819/Trump-droht-Wahlergebnis-nicht-anzuerkennen> [Stand vom 31.07.2017].

N.N. (Zeit Online, AP, dpa, suk): Hillary Clinton gibt dem FBI Mitschuld an Wahlniederlage. Zeit Online, abrufbar unter URL: <http://www.zeit.de/politik/2017-05/hillary-clinton-us-wahl-niederlage-fbi-e-mail-affaere> [Stand vom 31.07.2017].

Sowohl den traditionellen Medien als auch der internetbasierten Massenkommunikation wurde hauptsächlich die Rolle des Lügenverbreiters, der ungläubwürdigen Stimmungsmacher zugeschoben – Fake News, das sind die „Systemmedien“. Umgekehrt wehren sich die „Systemmedien“ zunehmend gegen derartige Unterstellungen mit dem Gegenwurf gezielt verbreiteter Lügen in den Sozialen Medien als die eigentliche Propaganda, als die eigentlichen Fake News.³ Hier wird z.B. Russland nachgesagt, einen neuen Informationskrieg gestartet zu haben, indem systematisch Fake News und gefakte Kommentare verbreitet werden (siehe den Beitrag von Eva Binder in diesem Band).

Doch nicht nur in den USA und nicht nur in Bezug auf die US-Präsidentschaftswahl wird intensiv über Fake News debattiert. Die Ursachen für den wahrgenommenen Vertrauensverlust der Öffentlichkeit bezüglich der Medien werden insbesondere in der medialen Berichterstattung über Migration, Asyl und Integration gesucht.⁴ Ein mittlerweile weniger zentraler, aber eng damit zusammenhängender Teilaspekt ist das Spannungsfeld zwischen Chance und Überforderung durch die umfassende Digitalisierung des täglichen Lebens (vgl. auch einen früheren *ims*-Sammelband: Ortner et al. 2014). Social-Media-Plattformen ermöglichen Kampagnen aller Art. Verschiedenste Auffassungen und Meinungen von unzähligen Gruppierungen können ohne großen Aufwand öffentlich vertreten und verbreitet werden. Neben neuen Thematiken wie der Rolle von Authentizität und den Dimensionen „Infotainment“ und „Edutainment“ stellen sich erneut bekannte Fragen nach den Grenzen dieser Situation der neuen Meinungsvielfalt, nach verlässlichen Quellen und nach Kriterien für qualitativvollen Journalismus.

Der vorliegende Band dient als Dokumentation von Ringvorlesung und Medientag. Die Beiträge geben Einblicke in die Beziehung von Medien und Glaubwürdigkeit im Zeitalter von Fake News und Informationsflut und bieten Hinweise an, wie die Herausbildung einer mündigen Online-Öffentlichkeit von den Medien unterstützt werden kann. In dieser Einleitung werden zentrale Termini medientheoretisch eingeordnet: Objektivität, Vertrauen und Glaubwürdigkeit.

Medienobjektivität

Das Schlagwort der Medienrealität suggeriert, dass die Medien eine eigene Realität, einen abgeschiedenen Raum erzeugen, der von der eigentlichen Realität entfernt ist, sich von ihr abgrenzen lässt oder innerhalb von ihr eine Art Echokammer erzeugt. Allerdings ist die Annahme einer unabhängigen Wirklichkeit in der Medienwissenschaft obsolet. Medien sind zent-

³ Vgl. Christian Stöcker (25.06.2017): Fake News werden nicht die Wahl entscheiden. Spiegel Online, abrufbar unter URL: <http://www.spiegel.de/wissenschaft/mensch/fake-news-werden-nicht-die-wahl-entscheiden-kolumne-a-1153819.html> [Stand vom 31.07.2017].

⁴ Im Fazit einer inhaltsanalytischen Studie des Medienwissenschaftlers Michael Haller über die Medienberichterstattung zur Flüchtlingskrise 2015 wird die Berichterstattung als einseitig und übertrieben kritisiert (vgl. Haller 2017). Eine ihrerseits kritische Auseinandersetzung mit der Studie findet sich z.B. bei: Jochen Bittner (19.07.2017): Mit dem Strom. Zeit Online, abrufbar unter URL: <http://www.zeit.de/2017/30/fluechtlinge-medien-berichterstattung-studie> [Stand vom 31.07.2017].

rale „Player“ in der gesellschaftlichen Konstituierung von Wissen. Wissen ist allerdings niemals neutral, sondern grundsätzlich „in seinen sprachlich gebundenen Darstellungsformen perspektiven- und interessengeleitet“ (Felder 2013, S. 13). Ausführlicher dazu ebenfalls Felder (2013, S. 15):

„Fakten existieren nicht aus sich heraus, sondern sind in Form sprachlicher Zeichenketten unmittelbar an Diskursakteure, deren Macht und gesellschaftliche Rolle sowie an das Prestige der Kommunikationsorgane gebunden.“

Die Grundlagen für die Ausbildung von Denkgewohnheiten in Zusammenhang mit semiotischen Produkten (wie es auch Medien sind), werden ausführlich von Pelzl (2011) dargestellt. Eng mit der theoretischen Beschreibung der Medienrealität verbunden ist die Frage nach der Medienwirkung. Klassische Grundlagen wie die Nachrichtenwert-Theorie, das Gatekeeper-Konzept, der Uses-and-Gratifications-Ansatz, die Theorie der Schweigespirale, die Mood-Management-Theorie, der Agenda-Setting-Ansatz und in jüngerer Zeit vor allem Media-Frames-Analysen suchen nach Antworten auf die Frage, welche kognitiven, affektiven und volitiven Auswirkungen auf Individuen, Gruppen und Gesellschaft die Medien entfalten (vgl. Bonfadelli 2004ab, Döveling 2005, Kunczik/Zipfel 2005). Die wahrnehmungssteuernde Macht der Metaphern bzw. von metaphorischen Frames in der politischen Kommunikation untersucht Wehling (2016), etwa die Metapher ‚Das Boot ist voll‘ in der Asyldebatte und ihre Auswirkungen auf die öffentliche Akzeptanz.⁵

Im wichtigen Grundlagenwerk von Bentele (2008 [1988]) über journalistische Objektivität und Glaubwürdigkeit wird von einer mehrstufigen Realitätskonstruktion durch die Medien ausgegangen: Realitätsausschnitte aus verschiedenen Ebenen der Realität werden bewertet, durch Selektionsprozesse, Realitätsverarbeitung und durch eine funktionale Rekonstruktion nach Regelsystemen zu Medienrealitäten umgeformt (vgl. Bentele 2008 [1988], S. 280ff.). Hier sind häufig zweistufige Strukturen der kommunikativen Realität in der Berichterstattung präsent (Äußerungen über Äußerungen, vgl. Bentele 2008 [1988], S. 307).

Die einst sehr eindeutige Unterscheidung zwischen Qualitäts- und Boulevardpresse wird durch verschiedene Entwicklungen (z.B. Infotainment, siehe unten) immer stärker aufgeweicht, hinzu kommt die Zunahme von partizipativem Journalismus, der anderen Mechanismen gehorcht (auch dazu wird weiter unten noch Genaueres zu sagen sein). Allerdings ändern sich die Wünsche der Mediennutzerinnen und -nutzer nicht grundlegend: Qualitätsmedien sollen hohe Ansprüche an Objektivität, Informativität, Unabhängigkeit und Neutralität in der Berichterstattung erfüllen. Bei Arnold (2009), der historische und aktuelle Ansätze zur theoretischen Modellierung von Medienqualität darstellt, werden die folgenden Qualitätskriterien angeführt:

⁵ Elisabeth Wehling präsentierte ihre viel beachtete Interpretation von Metaphern als wahrnehmungsleitende Realitätskonstrukte und machtvolle politische Instrumente auch im Rahmen der Ringvorlesung „Medien und Glaubwürdigkeit“ – vgl. auch Wehling/Lakoff (2008). Audioaufnahmen und Präsentationen zu den meisten gehaltenen Vorträgen finden sich unter: http://media-dokuwiki.brainity.com/doku.php/lehre:ringvorlesung_medien_glaubwuerdigkeit_ws_16-17 [Stand vom 31.07.2017].

- auf der funktional-systemorientierten Ebene: Vielfalt, Aktualität, Relevanz, Glaubwürdigkeit, Unabhängigkeit, Recherche, Kritik, Zugänglichkeit, Hintergrundberichterstattung, regionaler/lokaler Bezug.
- auf der normativ-demokratieorientierten Ebene: Unparteilichkeit, die sich in Ausgewogenheit, Neutralität (Trennung von Nachricht und Meinung) und Achtung der Persönlichkeit ausdrückt.
- auf der nutzerbezogen-handlungsorientierten Ebene: Anwendbarkeit und Unterhaltbarkeit.

Viele dieser Kriterien sind Gegenstand der aktuellen öffentlichen Debatte über Medien. Insbesondere Vielfalt, Glaubwürdigkeit, Unabhängigkeit, Unparteilichkeit und Neutralität sind Qualitätsmerkmale, die den Medien in der Rhetorik über die „Lügenpresse“ mit zunehmender Vehemenz abgesprochen werden. Unter Glaubwürdigkeit versteht Arnold Zuverlässigkeit, die Angabe von Quellen und dass die Wirklichkeit nicht verzerrt wiedergegeben wird. Im Diskurs werden jedoch viele der genannten Qualitätskriterien als Voraussetzungen für Glaubwürdigkeit angegeben. Somit scheint Glaubwürdigkeit ein übergeordnetes Qualitätsmerkmal, eine Superkategorie der Beurteilung von Medien zu sein.

In alltagspsychologischen Vorstellungen wird Objektivität häufig mit Rationalität gleichgesetzt und Rationalität als Gegenbegriff zu Emotionalität konzeptualisiert (vgl. Ortner 2014, S. 6ff.). Fake News werden mit „gefühlten“ Fakten gleichgesetzt. Der Zusammenhang zwischen Medien und Emotionen ist dabei deutlich komplexer zu sehen, eine Definition von Objektivität als Abwesenheit von emotiven sprachlichen und bildlichen Elementen oder anderweitig „unemotional“ zu kurz gedacht: Vielmehr sind wir ständig mit Medien-Gefühlskulturen konfrontiert, worunter Saxer und Märki-Koepp (1992, S. 15) „subjektive Leistungen [der Medien], unschreibbar als Gratifikation oder emotionale Bedürfnisbefriedigung“ verstehen. Die unemotionale und nicht auf Emotionalisierung abzielende Berichterstattung, die das historische Ideal des Journalismus darstellt, ist dabei auf dem Rückzug oder wird einer scheinbaren, oberflächlichen Objektivität preisgegeben, wie Schwarz-Friesel (2007, S. 223) feststellt (vgl. auch Döveling 2005 für eine grundlegende soziologische Einführung; Bednarek 2006 für Evaluationen in Zeitungen; das Handbuch von Döveling/Scheve/Konijn 2011 sowie Ortner 2014, S. 374ff., für eine genauere Auseinandersetzung mit Medien und Emotionen).

„Gefühlte Fakten“ wurde zum geflügelten Wort und sprechen unterschiedliche Problematiken sowohl der arrivierten als auch der alternativen Medien an: Zum einen berichten die Medien häufiger in Form von Geschichten, die einen emotionalen Kern und Aufbau haben müssen (Narrativierung); zum anderen wird in der Netzöffentlichkeit intensiv die eigene Meinung verbreitet. Dies findet dann wiederum in die Medienberichterstattung Eingang: Nicht nur die Bild-Zeitung benutzt Social-Media-Kommentare als Teil von Artikeln zur Legitimierung von Behauptungen; Hasspostings, Online-Shaming, Shitstorms, Trolle und andere düstere Seiten der Online-Kommunikation (vgl. Brodnig 2016)⁶ wurden als Ausbeutung und in weiterer Folge

⁶ Ingrid Brodnig hat als eingeladene Vortragende auf dem Medientag diese Problematik beleuchtet. Siehe Fn. 5 für einen Link zur Audio-Dokumentation der gehaltenen Vorträge.

ernstzunehmende Bedrohung der freien und ausgewogenen Meinungsäußerung identifiziert; in mehreren Ländern (z.B. Deutschland, Österreich) werden derzeit Gesetze entwickelt, um diese Schwierigkeiten zu kontrollieren. Die Kommunikation mit Bots und Botschaften von Bots mit dem Ziel der Beeinflussung der öffentlichen Meinung sind das Thema des Medientages 2017.

Vertrauen in die Medien

Die aktuelle Glaubwürdigkeitsdebatte wird oft auch mit einem Vertrauensverlust in die Medien begründet. Vertrauen wird von Schiewe (2006, S. 43f.) definiert als „eine psychische Disposition, die eine bestimmte Einstellung zum Kommunikationspartner beinhaltet“. Grundlage ist die Annahme, dass die eigenen Erwartungen an den Kommunikationspartner erfüllt werden. Dabei sind jedoch ganz unterschiedliche Arten von Vertrauen zu unterscheiden (vgl. auch Reinmuth 2009), hier nur einige wichtige:

- *Generalisiertes Vertrauen*: Damit gemeint ist die „Zusammenfassung vieler unterschiedlicher vertrauensrelevanter Lernerfahrungen zu Erwartungsmustern“ (Grünberg 2014, S. 59), aufgrund von sozialem Lernen oder allgemein die Erwartung, dass Versprechen eingehalten werden. Pessimisten vergeben eher partikuläres Vertrauen, Optimisten eher generalisiertes Vertrauen (vgl. Grünberg 2014, S. 99)
- *Spezifisches Vertrauen*: Diese Art des Vertrauens ist auf bestimmte konkrete Situationen aufgrund von Erfahrung bezogen (in einer dreistelligen Relation: Vertrauensgeber, Vertrauensnehmer, konkrete Situation) (vgl. Grünberg 2014, S. 49).
- *Systemvertrauen in Organisationen und Institutionen*: Vertrauen ist nach Luhmann (1968) ein hoch wirksamer Mechanismus, um die soziale Komplexität der Umwelt zu bewältigen und um mit selektiven, unvollständigen und unzuverlässigen Informationen umzugehen, also die Informationslücke zu überbrücken. Das Systemvertrauen bedeutet hier das unbedingt notwendige Vertrauen in komplexe Systeme über das, was Luhmann unter Kommunikationsmedien versteht: Wahrheit, Macht, Geld. Die Einschätzung einer Organisation oder einer Institution (darunter auch Medien) wird durch die öffentliche Verantwortung, moralische Integrität und helfende Funktion gesteuert – je machtvoller eine Institution ist, desto geringer ausgeprägt ist das Vertrauen in sie (vgl. Grünberg 2014, S. 67, 101ff.).

Als jene Ebenen, an denen Vertrauenskommunikation ansetzen kann, nennt Schiewe (2006, S. 45) das Wissen und die Wissensbestände, Begriffe und Bewertungen sowie Diskursmuster und Kommunikationsstile. Reflexion von Zeichen und Zeichensystemen (z.B. hinsichtlich problematischer Benennungen) und Metakommunikation hält er für besonders wichtige vertrauensbildende Maßnahmen (vgl. Schiewe 2006, S. 46ff.). Hinsichtlich Vertrauen tut sich in der Kommunikation ein Paradox auf: „je mehr Information, desto problematischer die Sinnfindung – und, dem folgend, die Reduktion von Angst“ (Capurro 2008, S. 53). Ein Teil dieser Angst kommt daher, dass unser Zugang zum Wissen teilweise von anderen kontrolliert wird und dass andere bestimmte Erwartungen an das haben, was wir wissen sollten – wir fürchten uns also sowohl vor Überwachung und Kontrolle als auch vor dem Ausschluss aus der Ge-

meinschaft (vgl. Capurro 2008, S. 55f.). Die Medien sind hier ganz besonders gefordert, einerseits Vertrauen in ihre Repräsentationsfunktion zu ermöglichen und andererseits nicht grundlos das Vertrauen in öffentliche Institutionen zu untergraben.

Friedrichsen/Bisa (2016b, S. 1) bezeichnen Vertrauen als „die tragende Säule der Digitalisierung“ und damit der modernen Netzwerkgesellschaft, eine Säule, die unter anderem durch den NSA-Skandal ins Wanken geraten sei. Sie argumentieren für digitale Souveränität auf fünf Ebenen: auf der politischen Ebene (betreffend die rechtlichen Rahmenbedingungen, z.B. die informationelle Selbstbestimmung der Bürgerinnen und Bürger), auf der wirtschaftlichen Ebene (Globalisierung, Wertschöpfung und Produkte), auf der technischen Ebene (Datenschutz und Datensicherheit), auf der gesellschaftlichen Ebene (Vermittlung von Medienkompetenz) und auf der juristischen Ebene (Durchsetzung des Rechts auf Datenschutz und Privatsphäre). Im zugehörigen Sammelband Friedrichsen/Bisa (2016a) werden entsprechende Voraussetzungen für höheres Vertrauen, die vor allem auf staatlicher Seite zu schaffen sind, diskutiert.

Da die Medien ihre Deutungsmacht nicht eingebüßt haben, jedoch im beschriebenen Kontext teils vehement infrage gestellt werden, ist die diskursive Konstruktion von Legitimierung ein möglicher interessanter Analyseansatz (vgl. van Leeuwen 2008). Klassische Formen sind hier

- die Autorisierung (die Legitimation unter Berufung auf Autoritäten, z.B. Expertinnen und Experten, Traditionen oder Gesetze),
- die moralische Evaluation (was ist normal, was ist ‚natürlich‘, was ist richtig?) und
- die Rationalisierung, das ist die Legitimation durch die Bezugnahme auf gesellschaftliche oder institutionalisierte Ziele, wie sie z.B. in Narrativen und Frames sichtbar werden (vgl. van Leeuwen 2008, S. 106ff.).

Doch gerade hier liegt möglicherweise die Wurzel des Vertrauensverlustes: Den Medien wird von bestimmten Gruppen die Legitimität abgesprochen. Den vorgesetzten Autoritäten wird nicht mehr geglaubt, dafür vertraut man neuen Quellen (z.B. Verschwörungstheorien). Die Medien und die moderne Wissenschaft lehnen moralische Evaluationen zumindest offiziell ab, vermitteln unterschwellig aber sehr wohl Normen, die von den Gegnern als linksgerichtet, schönfärberisch, zutiefst unehrlich wahrgenommen werden. Und was von eben diesen so betrachteten Medien als rational, als faktisch, als unumstößlich gezeigt wird, wird entsprechend unter den Generalverdacht der Unglaubwürdigkeit gestellt. „Faktum“ kommt schließlich aus dem lateinischen Wort für *machen* (*facere*; *factum* = „das Gemachte“). Diese Skepsis gegenüber Alleingültigkeitsansprüchen ist nichts grundsätzlich Negatives, sondern Teil fortgeschrittener Medienkompetenz. Problematisch ist allerdings, dass sich diese Skepsis nicht auf die alternativen Kanäle der Verbreitung von Information bezieht: Die alternativen Fakten werden unhinterfragt geglaubt, sie werden weiterverbreitet und erscheinen durch die massenhafte Selbstspiegelung in den nahezu geschlossenen Nachrichtenkreisläufen, in denen sich manche Userinnen und User in den Sozialen Medien bewegen, immer vertrauenswürdig.

Ein Kontext, in dem dies auch zu sehen ist, ist die Überforderung: Schirrmacher (2009) und Carr (2010) nennen als Probleme des Individuums, die auf die gesellschaftliche Ebene zurückwirken, die zersplitterte Aufmerksamkeit, mangelhafte Lese- und Reflexionsfähigkeit (vgl.

kritisch dazu Ortner 2014), den Verlust des Serendipity-Effekts, die Abhängigkeit von Computeralgorithmen (z.B. Suchmaschinenergebnisse, die an vorherige Suchanfragen angepasst werden) und die Gefahr des Burnouts durch die beständige Überforderung in der Informationsgesellschaft.

Möglicherweise wird den Medien nicht mehr zugetraut, ihre traditionelle Gatekeeper-Funktion auf eine Art und Weise auszuüben, die dem Individuum hilft, den Überblick zu bewahren. Im World Wide Web finden sich unzählige Plattformen, die nicht nur das Filtern, sondern auch die Einordnung und Interpretation übernehmen – ihre Legitimation speist sich aus den Zugriffszahlen, Likes und Shares.

Glaubwürdigkeit der Medien

Glaubwürdigkeit kann nach Bentele (2008 [1988]) durch das Anlegen der Kriterien Richtigkeit, Vollständigkeit (Relevanz), Transparenz und Nachprüfbarkeit hinterfragt werden. Ähnlich stellen Renn/Kastenholz (2008, S. 108, 111f., 114ff.) in ihrer Untersuchung der Glaubwürdigkeit von Risikokommunikation fest, dass die Zuschreibung von Glaubwürdigkeit unter anderem von der wahrgenommenen Kompetenz und Objektivität, von der Fairness, Konsistenz, vermuteten Intention und der Identifikationsmöglichkeit mit dem Kommunikator abhängt. Auch die oben genannten Qualitätskriterien für Journalismus (vgl. Arnold 2009) sollten mit der Glaubwürdigkeit von Medien eng zusammenhängen – in dem Sinne, dass wahrgenommene Qualität die Glaubwürdigkeit erhöht. Allerdings ist der Zusammenhang weder direkt noch vorhersagbar.

Im einschlägigen Sammelband von Bentele et al. (2015a) werden Faktoren für die Akzeptanz und Legitimität von politischen Institutionen und Wirtschaftsunternehmen in der „Medien- und Protestgesellschaft“ anhand rezenter Glaubwürdigkeitsdiskurse diskutiert.⁷ Das beständige Infragestellen von politischen und wirtschaftlichen Projekten sei demnach auch ein Anzeichen für die stärkere Demokratisierung der Entscheidungsfindung im Sinne größerer Transparenz und Partizipation (vgl. Bentele et al. 2015b). Die Medien haben in diesen Prozessen als „Wahrnehmungs- und Beobachtungssystem“ einen hohen Stellenwert:

„Dieses Wahrnehmungs- und Beobachtungssystem ist zwar – bedingt durch die Grundprinzipien Selektivität, Perspektivität und Konstruktivität – oftmals ungenau, aber unter der Voraussetzung pluralistischer Mediensysteme hinreichend präzise, um die für Rezipienten zentral wichtige [sic!] Orientierungs- und Informationsfunktionen erfüllen zu können. Die Wahrheits- und die Objektivitätsnorm der journalistischen Berichterstattung [...] sichern normativ die Strukturähnlichkeit von wahrgenommener Wirklichkeit und Medienwirklichkeit. Insofern ‚konstruieren‘ Medien ihr Bild der Wirklichkeit nicht nur und vor allem nicht beliebig, sondern sie liefern in ihren informativen Teilen (Nachrichten, Berichte, Do-

⁷ Eine interessante Ergänzung ist der Sammelband von Friedrichsen/Kohn (2015) über Potenziale und Gefahren der Politikvermittlung mittels Sozialer Medien aus Sicht der politischen Akteure.

kumentationen, etc.) eine mehr oder weniger genaue Rekonstruktion der sozialen Wirklichkeit.“ (Bentele et al. 2015b, S. 12f.)

Die Autoren betonen jedoch, dass diese positive Einschätzung davon abhängt, dass die Informationen durch professionelle Journalistinnen und Journalisten nach strengen Qualitätsmaßstäben verarbeitet und eingeordnet werden. Die vorhandenen Defizite in der Medienberichterstattung sind nicht grundsätzlicher Art, anders als in den Sozialen Medien, die von Bentele et al. (2015b, S. 15f.) als neuer Typ von Massenmedien der Meinungsbildung sehr kritisch gesehen werden – die Anforderung, dieselben Regeln wie der traditionelle Journalismus zu erfüllen, sehen sie nicht erfüllt.

Allerdings ist auch den arrivierten Medienmacherinnen und Medienmachern zu selbstkritischer Haltung zu raten (vgl. z.B. Hüffel/Rohrer 2014; Krüger 2016). Als Bedrohung der Glaubwürdigkeit der Medien werden oft ökonomische Zwänge angeführt, die einen Drang hin zu Boulevardisierung (vgl. Wiesinger 2015) und Infotainment auslösen. Unter Infotainment werden nach Held (2007, S. 108) Darstellungsstrategien verstanden, „die auf der Basis einer gezielten Verbindung von kognitiven und emotionalen Elementen eine vergnüglich-unterhaltende Wissensvermittlung gewährleisten“. Dittgen (1989, S. 43) nennt als „Superregel“ das Überraschen der Rezipientinnen und Rezipienten. Merkmale sind u.a. Abwechslung, Unbeschwertheit, Interessantheit, Eingängigkeit, Intimisierung, Authentizität und Emotionalisierung (vgl. Mangold 2004). Kernstrategie ist aber die Personalisierung über verschiedene Benennungs- und Charakterisierungsverfahren, die eine Identifikation, Bewertung und Aktivierung der Rezipientinnen und Rezipienten bewirken (vgl. Held 2007). Ein bekanntes Dilemma: Die Medien geben dem Publikum das, was es vermeintlich will; damit wird eine Abwärtsspirale in Gang gebracht und gerechtfertigt.

Das Phänomen der aktiven Content-Produktion durch Online-Nutzerinnen und Nutzer z.B. in der Blogosphäre (vgl. Behrendt/Zeppenfeld 2008) und im Twittersersum (vgl. Siever 2012) bezeichnet Bruns (2008, S. 21) als *Producersage*. Der Ausdruck persönlicher Meinungen und Emotionen mit stark evaluativen und subjektiven Einschätzungen ist ebenso üblich wie journalistische Ambitionen mit sorgfältiger Recherche und Einhaltung der Objektivitätsnorm (vgl. Myers 2010). Schulz (2016) stellt ausführlich die Krisenerscheinungen des traditionellen Journalismus und die Gefahren der Verlagerung der Aufmerksamkeit auf Soziale Netzwerke als Nachrichtenportale und Newsfeeds dar. Deren eklatanten Schwächen in Fragen der Glaubwürdigkeit und Vertrauenswürdigkeit steht die Schwäche der traditionellen Medien gegenüber, auf den Verlust des Informations- und Deutungsmonopols mit höherer Qualität zu begegnen.

Hier schließt sich wieder der Kreis mit der Frage nach der Medienobjektivität, und so kommen wir zu den Beiträgen in diesem Sammelband.

Die Beiträge im Überblick

Wir haben die Beiträge dieses Bandes in drei Abschnitte gegliedert. Im ersten Teil, „Gibt es eine Glaubwürdigkeits- und Vertrauenskrise?“, werden mögliche Gründe für das scheinbar

schwindende Vertrauen in die Medien und grundlegende Probleme der Glaubwürdigkeit der Medien diskutiert.

Ulrich Sarcinelli führt mit Referenzen auf Vordenker wie Machiavelli, Kant, Luhmann und Habermas in die Grundlagen dieses Diskurses ein, ordnet die so häufig gebrauchten Schlagwörter „postfaktisch“ und „Lügenpresse“ begriffsgeschichtlich ein und diskutiert Veränderungen des demokratischen Verhaltens vor dem Hintergrund der US-Präsidentenwahl im November 2016. Dabei beleuchtet er kritisch sowohl die Rolle der klassischen Medien als auch jene der Sozialen Medien als Echokammern. Gleichzeitig plädiert er dafür, nicht beim Diktum des ‚postfaktischen Zeitalters‘ stehenzubleiben, sondern die Leistungsfähigkeit der Medien und das Potenzial der Sozialen Medien als zentrale Stützen des demokratischen Prozesses und der offenen Gesellschaft neu zu denken.

Auch Knut Hickethier geht der Frage nach, ob die häufig beschworene Glaubwürdigkeits- und Vertrauenskrise nur ein Topos oder etwas fundamental Neues in der Mediengeschichte ist. Er ordnet die aktuelle Diskussion um die Lügenpresse in ihren ursprünglichen medienhistorischen Kontext ein, wobei deutliche Parallelen zur heutigen Diskussion auftauchen: Als „Lügenpresse“ werden die liberalen, demokratischen Foren der Meinungsäußerung beschimpft, womit nicht behauptet werden soll, dass das Glaubwürdigkeitsproblem der Mainstream-Medien lediglich eine Unterstellung ist. Der Autor erklärt die aktuelle Dynamik des Misstrauens anhand der Dissonanztheorie und macht Vorschläge, wie die zweifellos veränderte Öffentlichkeit wieder Vertrauen in die Medien fassen kann.

Im zweiten, umfangreicheren Teil, „Glaubwürdigkeit, Plausibilität, Authentizität: Exemplarische Arenen“, finden sich Studien zu verschiedenen Aspekten von Glaubwürdigkeit und Vertrauen in unterschiedlichen Medien, Kontexten und Diskursen. Im Mittelpunkt stehen Ausnahmungsprozesse: Was wird als glaubwürdig, plausibel, authentisch bewertet?

In ihrem Beitrag über Mechanismen der propagandistischen Verbreitung von Fake News wendet sich Eva Binder politisch motivierten, bewusst lancierten Falschmeldungen in russischen Medien zu. Als Beispiele für diese Art der psychologischen Kriegsführung stellt sie den Fall einer behaupteten Kreuzigung eines russischen Jungen im Kontext der Ukrainekrise und den in Deutschland angesiedelten ‚Fall Lisa‘ dar. Im Zuge dessen werden die wichtigsten Strategien der Emotionalisierung und des Streuens von Zweifeln diskutiert. Diese Strategien zielen nicht nur ab auf die Übernahme der Deutungshoheit über die Wirklichkeit und das, was geschieht, sondern insbesondere auch auf die fundamentale Verunsicherung der Bevölkerung, um die Vertrauenswürdigkeit der Medien zu untergraben.

Einer anderen Form der Manipulation, nämlich der Bildmanipulation in Abgrenzung zum glaubwürdigen Fotojournalismus, widmet sich Petra Bernhardt. Längst geht es nicht mehr um die technische Machbarkeit und darum, *ob* Bilder manipuliert werden, sondern *wie* dies geschieht und ob das Ausmaß der Veränderungen journalistischen ethischen Standards entspricht; diese Standards bedürfen jedoch einer genaueren Definition und ständiger Anpassung an die Gegebenheiten in Fotojournalismus und Gesellschaft. So sind es vor allem die veränderten Arbeitsbedingungen, was die Glaubwürdigkeit bedroht: z.B. weniger Zeit, höherer Erfolgs-

druck, mehr Konkurrenz, auch durch Amateurinnen und Amateure auf Online-Plattformen, Produktion breiter einsetzbarer und damit austauschbarer Bilder ‚auf Vorrat‘ sowie die Bildverbreitung abseits von Gatekeeping durch kritische Medien. Petra Bernhardt plädiert für eine Reprofessionalisierung der Bildproduktion, -verbreitung und -kontextualisierung.

Christine Hämmerling beschäftigt sich mit dynamischen Bildern, die entweder von institutionell legitimierten Personen (Polizistinnen und Polizisten) oder Bürgerinnen und Bürgern erstellt werden: Filmaufnahmen bei Demonstrationen. Die Erstellung und Nutzung dieses Videomaterials ist immanent politisch: Wer filmt was wo wann und warum? Inwiefern sind die Bilder objektiv, wie werden sie bearbeitet/geschnitten/kontextualisiert/ausgestrahlt? Die rechtliche Lage beeinflusst die Aufnahmen ebenso wie die Frage, ob den Filmenden Vertrauen oder Misstrauen entgegengebracht wird. All diese Fragen sind durch die ubiquitäre Verfügbarkeit von Kameras (z.B. standardmäßig in Smartphones) umso relevanter geworden.

Gerüchte und moderne Sagen verbreiten sich im World Wide Web, z.B. auf Facebook, rasend schnell und entwickeln ein unkontrollierbares Eigenleben, dem kein Faktencheck beizukommen scheint, sogar wenn es um so absurde Geschichten geht wie jene von einem Flüchtling, der ein Kind verspeist haben soll. Ingo Schneider erklärt in seinem Beitrag die zugrundeliegenden Mechanismen und unterscheidet zwischen der Glaubwürdigkeit von den erzählenden Personen, abhängig unter anderem vom Kontext des Erzählens und von der Plausibilität der erzählten Geschichte. Anhand von älteren und neueren Beispielen wird deutlich, dass auch die traditionellen Medien ihren Anteil an der Verbreitung von Gerüchten haben.

Heike Ortner beschließt diesen Abschnitt mit einem Ausflug in eine ganz andere Welt der Fake News: Sie rollt Geschichte und Gegenwart der Prominentenberichterstattung auf, bringt diese Art des Journalismus in Zusammenhang mit soziologischen und linguistischen Studien zum Klatsch als menschliches Grundbedürfnis und stellt einen ganz spezifischen Typ des „alternativen“ Klatschens über *Celebrity*s vor: *Blind gossip* ist Klatsch, in dem vermeintlich Wahres – vorrangig Peinliches, Belastendes, wenig Schmeichelhaftes – über Prominente berichtet wird, ohne Namen zu nennen. Die „Systemmedien“ werden als Erfüllungsgehilfen und Teil der Vermarktungsmaschinerie dargestellt. Dabei entstehen alternative Narrative mit einem absoluten Wahrheitsanspruch, der die Community zum Mitraten anregt und die Zurschaustellung moralischer Überlegenheit fördert.

Schließlich widmen sich zwei Beiträge möglichen „Wegen zur Restauration von Glaubwürdigkeit und Vertrauen“.

Für René Foidl ist ein wichtiges Instrument der Berichterstattung gerade in Krisenregionen der partizipative Journalismus, dessen Grundlagen und Vorteile er überblicksmäßig darstellt. Das Projekt Voice of Peace, das er im Freien Radio Innsbruck (Freirad) mitbetreibt, bietet geflüchteten Journalistinnen und Journalisten eine Plattform. Graswurzelberichterstattung kann über Ausschnitte des Geschehens berichten, die den arrivierten Medien z.B. aus Zensurgründen verschlossen bleiben oder aber auch den Anstoß dazu geben, dass professionelle Journalistinnen und Journalisten unbeachtete Fakten jenseits des Mainstreams aufnehmen.

Ein völlig anders gelagertes Problem der Glaubwürdigkeit spricht Michael Tschuggnall in seinem Beitrag an: Plagiate. Er stellt bereits weit fortgeschrittene Ansätze vor, Plagiate in Texten vor allem aufgrund von grammatischen Strukturen zu identifizieren. Außerdem umreißt er die Prinzipien von weiteren Anwendungsgebieten wie der automatisierten Autorenerkennung. Hier deuten sich vielversprechende Möglichkeiten eines kritischen Umgangs mit fragwürdigen Texten an, die auch für Journalistinnen und Journalisten wichtige Hinweise auf die Glaubwürdigkeit von Quellen bieten könnten.

Schon seit einigen Jahren funktioniert die Kooperation mit der Moser Holding Aktiengesellschaft und der Austria Presse Agentur hervorragend. Wir bedanken uns für die gute Zusammenarbeit und für die finanzielle, inhaltliche und organisatorische Unterstützung der Ringvorlesung und des Medientages. Ebenso danken wir allen Vortragenden und Moderatorinnen bzw. Moderatoren bei diesen beiden Veranstaltungen für ihre aufschlussreichen Beiträge und ihre Bereitschaft, so glaubwürdig, authentisch und plausibel zu diskutieren. Nicht zuletzt haben die Studierenden mit ihrer zahlreichen Teilnahme und den interessanten Diskussionsbeiträgen und Fragen zum Erfolg des Themenschwerpunkts „Medien und Glaubwürdigkeit“ beigetragen.

Schließlich danken wir auch Frau Dr. Birgit Holzner und Frau Carmen Drolshagen von Innsbruck University Press für die wie immer reibungslose verlegerische Beratung und Betreuung. Für die großzügige finanzielle Unterstützung der Drucklegung dieses Bandes danken wir dem Dekanat der Philologisch-Kulturwissenschaftlichen Fakultät, dem Dekanat der Philosophisch-Historischen Fakultät und dem Vizerektorat für Forschung.

Die Herausgeberinnen

August 2017

Literatur

- Arnold, Klaus (2009): Qualitätsjournalismus: Die Zeitung und ihr Publikum. Konstanz: UVK (Forschungsfeld Kommunikation 28).
- Bednarek, Monika (2006): Evaluation in media discourse: Analysis of a newspaper corpus. London, New York: Continuum (= Corpus and discourse).
- Behrendt, Jens; Zeppenfeld, Klaus (2008): Web 2.0. Berlin; Heidelberg: Springer (Informatik im Fokus).
- Bentele, Günter (2008 [1988]): Objektivität und Glaubwürdigkeit: Medienrealität rekonstruiert. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Bentele, Günter; Bohse, Reinhard; Hitschfeld, Uwe; Krebber, Felix (Hg.) (2015a): Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft. Zur Debatte um Legitimation, öffentliches Vertrauen, Transparenz und Partizipation. Wiesbaden: Springer VS.

- Bentele, Günter; Bohse, Reinhard; Hitschfeld, Uwe; Krebber, Felix (2015b): Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft – Gedanken, Analysen, Thesen. In: Bentele, Günter; Bohse, Reinhard; Hitschfeld, Uwe; Krebber, Felix (Hg.): Akzeptanz in der Medien- und Protestgesellschaft. Zur Debatte um Legitimation, öffentliches Vertrauen, Transparenz und Partizipation. Wiesbaden: Springer VS, 1–22.
- Bonfadelli, Heinz (2004a): Medienwirkungsforschung I: Grundlagen und theoretische Perspektiven. 3., überarbeitete Aufl. Konstanz: UVK (UTB 2502).
- Bonfadelli, Heinz (2004b): Medienwirkungsforschung II: Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur. 2., überarbeitete Aufl. Konstanz: UVK (UTB 2615).
- Brodnig, Ingrid (2016): Hass im Netz. Was wir gegen Hetze, Mobbing und Lügen tun können. Wien: Bruns & Co.
- Bruns, Axel (2008): Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond: From production to produsage. New York [u.a.]: Lang (Digital Formations 45).
- Capurro, Rafael (2008): Zwischen Vertrauen und Angst: Über Stimmungen der Informationsgesellschaft. In: Klumpp, Dieter; Kubicek, Herbert; Roßnagel, Alexander; Schulz, Wolfgang (Hg.): Informationelles Vertrauen für die Informationsgesellschaft. Berlin; Heidelberg: Springer, 53–62.
- Carr, Nicholas (2010): Wer bin ich, wenn ich online bin ...: ... und was macht mein Gehirn solange? 2. Aufl. München: Blessing.
- Dittgen, Andrea Maria (1989): Regeln für Abweichungen: Funktionale sprachspielerische Abweichungen in Zeitungüberschriften, Webeschlagzeilen, Werbeslogans, Wandsprüchen und Titeln. Frankfurt am Main [u.a.]: Lang (Europäische Hochschulschriften, Reihe 1: Deutsche Sprache und Literatur 1160).
- Döveling, Katrin (2005): Emotionen – Medien – Gemeinschaft: Eine kommunikationssoziologische Analyse. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Döveling, Katrin; Scheve, Christian von; Konijn, Elly A. (Hg.) (2011): The Routledge handbook of emotions and mass media. London: Routledge.
- Felder, Ekkehard (2013): Faktizitätsherstellung mittels handlungsleitender Konzepte und agonaler Zentren. Der diskursive Wettkampf um Geltungsansprüche. In: Felder, Ekkehard (Hg.): Faktizitätsherstellung in Diskursen. Die Macht des Deklarativen. Berlin, Boston: de Gruyter (Sprache und Wissen 13), 13–28.
- Friedrichsen, Mike; Kohn, Roland A. (Hg.) (2015): Digitale Politikvermittlung. Chancen und Risiken interaktiver Medien. 2., korrigierte Aufl. Wiesbaden: Springer VS.
- Friedrichsen, Mike; Bisa, Peter-J. (2016): Einführung – Analyse der digitalen Souveränität auf fünf Ebenen. In: Friedrichsen, Mike; Bisa, Peter-J. (Hg.): Digitale Souveränität. Vertrauen in der Netzwerkgesellschaft. Wiesbaden: Springer VS, 1–6.

- Friedrichsen, Mike; Bisa, Peter-J. (Hg.) (2016b): Digitale Souveränität. Vertrauen in der Netzwerkgesellschaft. Wiesbaden: Springer VS.
- Grünberg, Patricia (2014): Vertrauen in das Gesundheitssystem: Wie unterschiedliche Erfahrungen unsere Erwartungen prägen. Wiesbaden: Springer VS.
- Haller, Michael (2017): Die „Flüchtlingskrise“ in den Medien. Tagesaktueller Journalismus zwischen Meinung und Information. In: OBS-Arbeitsheft 93, abrufbar unter URL: https://www.otto-brenner-stiftung.de/fileadmin/user_data/stiftung/Aktuelles/AH93/AH_93_Haller_Web.pdf [Stand vom 31.07.2017].
- Held, Gudrun (2007): Personalisierung als multimodale Strategie des ‚Infotainment‘ – Beobachtungen auf Magazin-Covers. In: Klemm, Michael; Jakobs, Eva-Maria (Hg.): Das Vergnügen in und an den Medien. Frankfurt am Main [u.a.]: Lang (Bonner Beiträge zur Medienwissenschaft 6), 107–126.
- Hüffel, Clemens; Rohrer, Anneliese (Hg.) (2014): Trau, schau, wem? Zur Glaubwürdigkeit der Massenmedien. Wien: Holzhausen (Reihe Medienwissen für die Praxis 8).
- Kunczik, Michael; Zipfel, Astrid (2005): Publizistik: Ein Studienhandbuch. 2., durchgesehene und aktualisierte Aufl. Köln; Weimar; Wien: Böhlau (UTB 2256).
- Luhmann, Niklas (1968): Vertrauen: Ein Mechanismus der Redaktion sozialer Komplexität. Stuttgart: Enke (Soziologische Gegenwartsfragen. N.F. 28).
- Mangold, Roland (2004): Infotainment und Edutainment. In: Mangold, Roland; Vorderer, Peter; Bente, Gary (Hg.): Lehrbuch der Medienpsychologie. Göttingen [u.a.]: Hogrefe, 527–542.
- Myers, Greg (2010): Discourse of blogs and wikis. London, New York: Continuum (Continuum Discourse Series).
- Ortner, Heike (2014): Text und Emotion. Theorie, Methode und Anwendungsbeispiele emotionslinguistischer Textanalyse. Tübingen: Narr (= Europäische Studien zur Textlinguistik 15).
- Ortner, Heike; Pfurtscheller, Daniel; Rizzolli, Michaela; Wiesinger, Andreas (Hrsg.) (2014): Datenflut und Informationskanäle. Innsbruck: Innsbruck University Press (Edited volume series).
- Ortner, Heike (2014): Zu viel Information? Kognitionswissenschaftliche und linguistische Aspekte der Datenflut. In: Ortner, Heike; Pfurtscheller, Daniel; Rizzolli, Michaela; Wiesinger, Andreas (Hg.): Datenflut und Informationskanäle. Innsbruck: Innsbruck University Press (Edited volume series), 149–164.
- Pelzl, Bernhard (2011): Die vermittelte Welt. Elemente für eine Medientheorie. Wien, Köln, Weimar: Böhlau.

- Reinmuth, Marcus (2009): Vertrauen und Wirtschaftssprache: Glaubwürdigkeit als Schlüssel für erfolgreiche Unternehmenskommunikation. In: Moss, Christoph (Hg.): Die Sprache der Wirtschaft. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften/GWV Fachverlage GmbH, Wiesbaden, 127–145.
- Renn, Ortwin; Kastenholz, Hans (2008): Vertrauensverlust in Institutionen: Herausforderung für die Risikokommunikation. In: Klumpp, Dieter; Kubicek, Herbert; Roßnagel, Alexander; Schulz, Wolfgang (Hg.): Informationelles Vertrauen für die Informationsgesellschaft. Berlin; Heidelberg: Springer, 103–120.
- Saxer, Ulrich; Märki-Koepp, Martina (1992): Medien-Gefühlskultur: Zielgruppenspezifische Gefühlsdramaturgie als journalistische Produktionsroutine. München: Ölschläger (= Forschungsfeld Kommunikation 3).
- Schiewe, Jürgen (2006): Kommunikation und Vertrauen. In: Schiewe, Jürgen; Lipczuk, Ryszard; Westphal, Werner (Hg.): Kommunikation für Europa. Frankfurt am Main [u.a.]: Lang, 41–49.
- Schirmmacher, Frank (2009): Payback: Warum wir im Informationszeitalter gezwungen sind zu tun, was wir nicht tun wollen, und wie wir die Kontrolle über unser Denken zurückgewinnen. München: Blessing.
- Schulz, Stefan (2016): Redaktionsschluss. Die Zeitung nach der Zeitung. München: Hanser.
- Siever, Torsten (2012): Zwischen Blog und SMS: Das Microblog Twitter.com aus sprachlich-kommunikativer Perspektive. In: Siever, Torsten; Schlobinski, Peter (Hg.): Entwicklungen im Web 2.0. Frankfurt am Main: Lang (Sprache Medien Innovationen 3), 73–96.
- van Leeuwen, Theo (2008): Discourse and practice: New tools for critical discourse analysis. Oxford, New York: Oxford University Press.
- Wehling, Elisabeth; Lakoff, George (2008): Auf leisen Sohlen ins Gehirn. Politische Sprache und ihre heimliche Macht. Heidelberg: Auer (Kommunikation, Gesellschaft).
- Wehling, Elisabeth (2016): Politisches Framing. Wie eine Nation sich ihr Denken einredet – und daraus Politik macht. Köln: Halem.
- Wiesinger, Andreas (2015): Boulevardzeitungen im crossmedialen Vergleich. Inhalte und Gestaltung des populären Journalismus. Innsbruck: Innsbruck University Press (Innsbrucker Beiträge zur Kulturwissenschaft. Germanistische Reihe 83).

I. Gibt es eine Glaubwürdigkeits- und Vertrauenskrise?

Medien und Politik in der Glaubwürdigkeitskrise. Zwischen „Lügenpresse“, Kampagnenjournalismus und Aufklärung¹

Ulrich Sarcinelli

Zusammenfassung

Die Rede von der Glaubwürdigkeitskrise ist mit Blick auf Politik und Medien nicht neu. Krisen- debatten begleiteten bisher alle Medieninnovationen. Mit Totschlag-Begriffen wie „Lügenpresse“ stehen die Medien inzwischen aber unter dem Generalverdacht der Kumpanei mit der Politik. Anlässe dafür waren in den vergangenen Jahren zum einen die überwiegend unkritische Berichter- stattung in Deutschland über die Flüchtlingskrise und zum anderen der mehr als saloppe Umgang mit Fakten im Präsidentschaftswahlkampf in den USA. Verstärkt wird die Entwicklung vor allem noch dadurch, dass die Reichweite und Nutzung Sozialer Medien als Medium der Informations- und Meinungsbildung – unter Umgehung der Schleusenwärtfunktion des professionellen Jour- nalismus – zunimmt. Die Foren Gleichgesinnter wirken dabei nicht selten wie Echokammern zur Bestätigung der eigenen Meinung.

Einleitung

Glaubwürdigkeit, das ist eine relative Größe. Man kann sie nicht sehen, nicht schmecken und auch nicht riechen. Und doch braucht man sie. Auf immerhin rund drei Millionen Treffer bringt es der Begriff beim Googeln. Ist das viel? Reicht das? Bei „Glaubwürdigkeit der Medi- en“ wird es schon etwas bescheidener: ca. 600.000 und bei „Glaubwürdigkeit der Politik“ sind es dann nur noch gut 500.000. Nun kann man sich fragen, ob Google ein seriöses Messinstru- ment ist für Einschätzungen zur Glaubwürdigkeit von Medien und Politik; eine Art politische ‚Währung‘ im digitalen Zeitalter scheint mir der Suchmaschinenmonopolist aber allemal zu sein.

Keine Frage: Glaubwürdigkeit, verstanden als die Bereitschaft zu vertrauen ohne umfassend zu wissen, Glaubwürdigkeit im Sinne einer generalisierten Folgebereitschaft erweist sich als ein zentraler Mechanismus der *Reduktion von Komplexität* (vgl. Luhmann 1973). Ohne Glaubwür- digkeit geht es nicht. Sie dient uns als unverzichtbarer WahrnehmungsfILTER (vgl. Bentele 1988) bei der Aufnahme, Selektion und Bewertung von Informationen.

¹ Vortrag beim Medientag der Universität Innsbruck am 22.11.2016. Der Redecharakter wurde für diese Publikation nicht geändert.

Glaubwürdigkeit ist jedoch mehr als ein Instrument zur Mengenbewältigung. Kant sieht in *Wahrhaftigkeit* eine wichtige Bedingung von Glaubwürdigkeit. Der Großmeister der Aufklärungsphilosophie leitet dieses Prinzip aus der Naturrechtslehre ab, verbindet Glaubwürdigkeit also mit der Idee der wechselseitigen Anerkennung zwischen Gleichberechtigten (vgl. Kant 1977).

Kants Maßstab stellt eine hohe normative und prozedurale Hürde für die individuelle und mehr noch für die öffentliche Kommunikation dar. Das gilt umso mehr für Zeiten, in denen sich *die Medien* mit dem Generalvorwurf der „Lügenpresse“ konfrontiert sehen; für Zeiten auch, die inzwischen als „*postfaktisch*“ bezeichnet werden. Keine Frage, bei Glaubwürdigkeit haben wir es mit einem elementaren Mechanismus sozialer Beziehungen zu tun. Das betrifft uns als Bürger im Privaten. Ebenso lebt wirtschaftliches Handeln von Glaubwürdigkeit und mehr noch ist Glaubwürdigkeit ein hohes Gut für Medien und Politik – eine unverzichtbare *Legitimitätsresourc*e. Bei Glaubwürdigkeitsverlust, in einer Glaubwürdigkeitskrise, haben wir es demnach mit der tatsächlichen oder zumindest gefühlten Infragestellung von Wahrheitsansprüchen und von Anerkennungsverhältnissen zu tun.

Wahrheit und wechselseitige Anerkennung, das erinnert an Jürgen Habermas' regulative Idee vom „herrschaftsfreien Diskurs“ (Habermas). Politik und Medien sind dafür ein denkbar schwieriges Feld. Die moderne Informations- und Kommunikationstechnologie verspricht zwar geradezu beliebige Kommunikations-, Interventions- und Partizipationschancen: Bürger als allseits aktive Wesen – in Politik und Medien! Was technologisch möglich erscheint, dürfte sich auch in der Zukunft als eine *sozialromantische Verklärung der Wirklichkeit* erweisen; verbleiben wir doch durchweg mehr in der Rolle von Betroffenen als von Beteiligten, mehr in der Rolle von Rezipienten als von Produzenten. Denn in Abwandlung eines berühmten Satzes von Max Weber gilt nach wie vor: Wir leben – jedenfalls ganz überwiegend – weder ‚von der Politik‘ oder von den Medien, noch ‚für die Politik‘ oder für die Medien (vgl. Weber 1968). Das mag kein anthropologisches Gesetz sein. Ein lebenspraktischer Erfahrungsgrundsatz dürfte es allemal sein, trotz der medientechnologischen Verheißungen.

Man kann nicht über alles informiert und an allem beteiligt sein. Wir wollen es auch gar nicht. Deshalb funktioniert demokratische Politik auch nicht ohne ein Mindestmaß an Glaubwürdigkeitszumessung, nicht ohne Vertrauen in Personen, Institutionen und Verfahren; deshalb können Medien ohne Glaubwürdigkeit ihrem Aufklärungsauftrag nicht gerecht werden. Wo aber Vertrauen entzogen wird, wo Glaubwürdigkeit fehlt, sind Krisenerscheinungen die Folge.

Mediale Inszenierung – kein neues Thema

Und Krisen werden in den gesellschaftstheoretischen und politischen Debatten allenthalben beschworen. Nicht erst seit Colin Crouchs kleiner Studie zur „Postdemokratie“ (vgl. u.a. Crouch 2008) geht inzwischen – salopp gesprochen – ‚die Post ab‘, keineswegs nur im gelehrten Milieu. Von „postdemokratischen“ und „postparlamentarischen“ Verhältnissen ist die Rede; auch von „postmedialen“ Zeiten; das seien Zeiten, in denen sich der klassische Medienbegriff zusehends auflöse; Zeiten, in denen man vor dem Hintergrund eines erweiterten Medienverständnisses nach dem Status von Medien fragen müsse. – Die Österreichische Gesellschaft für Kommunikationswissenschaft hielt im November 2016 ihre Kommunikationswissenschaftlichen Tage (KWT) in Salzburg ab. Thema: „Postmediale Kommunikationskulturen“.

Kein Zweifel, die mediale Omnipräsenz, die *Totalmedialisierung* unserer Welt schafft neue kulturelle Selbstverständlichkeiten (vgl. Selke/Dittler 2010). Wir wissen es aus der Mediengeschichte. Neue Medien haben stets zu gesellschaftlichen, ökonomischen und politischen Verwerfungen geführt. Das galt schon für die Erfindung der Schrift, die, so Platons Befürchtung, das Vergessen fördere. Ebenso lösten das Aufkommen des Buchdrucks und der Massenpresse, die Verbreitung des Radios und die Einführung des Fernsehens als publikumsattraktive Medien vielfach Ängste und Hoffnungen aus. Die ‚schöne neue Welt‘ (Orwell) des Internet hat die Erwartungen und Befürchtungen noch einmal potenziert. Stets ging und geht es um Informationszugang und -verbreitung, um die Furcht vor Manipulation auch, vor Stimmungsmache und Täuschung, insgesamt also um die „gesellschaftliche(n) Konstruktion von Wirklichkeit“ (vgl. Berger/Luckmann 1969; Schulz 1976).

In dieser Hinsicht sind wir eigentlich schon lange sensibilisiert. Solange ich mich mit Fragen von Politikvermittlung, von politischer Kommunikation und mit Problemen demokratischer Legitimation beschäftige, spielt das Krisentheorem eine Rolle; angefangen bei Habermas’ geradezu legendär gewordenem „Strukturwandel der Öffentlichkeit“ (1971) über die „Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus“ (Habermas 1975) bis hin zu den aktuellen Abgesängen auf die Demokratie.

Ich denke an die umfangreiche Literatur, die sich mit den Problemen der „Stimmungsdemokratie“ (vgl. bereits Oberreuter 1987; Sarcinelli 1987) beschäftigt hat und beschäftigt, mit Inszenierung, Symbolischer Politik, Politainment u.a.m.; zunächst mit Blick auf das Fernsehen, auf Talkshows und auf den politisch-medialen Unterhaltungsbetrieb; inzwischen zunehmend auf das Internet und auf die Sozialen Medien konzentriert.

Ist das alles aber wirklich neu? Eigentlich sind die Diskussionen über mediale Inszenierung und über „Rituale der Macht“ (Althoff/Stollberg-Rilling 2008: 15), sind die Debatten über Wirklichkeitsdarstellung und Realitätstäuschung so alt wie die Beschäftigung mit Politik.

Ich erinnere an einen meiner Lieblingsklassiker. Zitat:

„Die Menschen urteilen im allgemeinen mehr nach dem, was sie mit den Augen sehen, als nach dem, was sie mit den Händen greifen... Jeder sieht, was du scheinst und nur wenige fühlen, was du bist ... Denn der Pöbel hält sich immer an den Schein; und in der Welt gibt es nur Pöbel“ (Machiavelli 1978 [1513]: 74).

Das ist keine Analyse zur Mediendemokratie, sondern eine mehr als 500 Jahre alte Beschreibung zur Staatskunst in der Tradition mittelalterlicher Fürstenspiegel. – Sie haben es längst erraten. Das Zitat stammt aus Niccolò Machiavellis Schrift „Il Principe“, Der Fürst.

Die Funktionslogik von Politik und Kommunikation, von Macht und Überredungskunst ohne den normativ-religiösen Ballast mittelalterlicher Herrschaftsbegründung zu denken, nüchtern und pragmatisch – das war und das bleibt das Moderne an diesem Klassiker neuzeitlichen Staatsdenkens, auch wenn wir heute dessen pessimistische Anthropologie nicht teilen mögen.

Auf dem Weg in postfaktische Zeiten

Auch bei dem neuesten Hype in der Krisenrhetorik stehen Medien und Politik im Fokus der Kritik. Ich meine die Rede vom „postfaktischen Zeitalter“. In Amerika spricht man schon seit einigen Jahren von „*Post-truth politics*“. – „Postfaktisch“, das ist eine ziemlich sperrige Vokabel. Die Redaktion des Oxford English Dictionary hat den Begriff zum internationalen Wort des Jahres 2016 ausgewählt. Die deutsche Bundeskanzlerin verhalf ihm zu Kultstatus und prompt ist „postfaktisch“ auch bei Journalistinnen und Journalisten in aller Munde: „Es heißt ja neuerdings“, so Frau Merkel, „wir lebten in postfaktischen Zeiten. Das soll wohl heißen, die Menschen interessieren sich nicht mehr für Fakten, sondern folgen allein den Gefühlen“ (Merkel 2016). Da ist etwas dran. So falsch liegt die Frau Bundeskanzlerin damit nicht. – Es wäre schon komisch, wenn ich an dieser Stelle nicht einen kleinen Exkurs zum Präsidentschaftswahlkampf in den USA machen würde.

Machiavelli wäre vermutlich vom Ergebnis dieser historischen Wahlen in den USA nicht allzu sehr geschockt gewesen; nicht so geschockt jedenfalls wie die meisten von uns, die sich als Intellektuelle, als vermeintliche Experten oder einfach als kritische Zeitgenossen zugutehalten, mit der politischen und medialen Wirklichkeit noch ein Moment von Rationalität und Aufklärung zu verbinden. Und auf die Idee, Trumps Anhänger als „affektgesteuerte Faktenverächter“ (Geyer 2016) zu titulieren, wäre unser Renaissanceklassiker wahrscheinlich auch nicht verfallen.

Dennoch: Es war eine Krawallkandidatur, eher einer Bananenrepublik angemessen als der ältesten Demokratie. – Eigentlich hat man ihn zunächst nicht ernst genommen, den Immobilienunternehmer mit der originellen Frisur. Und lange konnten die professionellen Beobachter in Politik und Medien kaum glauben, was sie hörten und sahen; ausgenommen die Trump-Medien, die schon seit Jahren *his master's voice* vertreten. – Schamlos populistisch, geradezu clownesk und in der Sache ziemlich wirr, alle Konventionen und Schamgrenzen demonstrativ missachtend schien der Präsidentschaftskandidat wie von einem anderen Stern; ohne jede politische Erfahrung – eigentlich die *abschreckend-ideale Verkörperung des Anti-Politikers*; zwei-

fellos aber ein Medien-Talent mit eigener Fernseh-Show und hohen Einschaltquoten. Sein Rezept: Provokation als Strategie, Lüge als Instrument, Gefühle statt Fakten, Ressentiments statt nachvollziehbarer Begründungen. Und eigentlich nicht zu glauben: politische Unkenntnis als Trumpf und als Waffe gegen alles, was aus dem etablierten politischen Apparat kommt und was noch irgendwie als in der Logik rationalen Handelns erscheint. Eine Kommunikationsstrategie haarscharf an der Wirklichkeit vorbei, sollte man meinen! Aber: erfolgreich und tauglich für den Machterwerb.

Und die kritische Presse? Sie gibt es durchaus noch in Amerika, auch wenn die Medienlandschaft nicht weniger gespalten ist als die Gesellschaft. Die Medien in den Vereinigten Staaten positionieren sich in Wahlkämpfen bekanntlich eindeutiger als hierzulande. Und natürlich wurde berichtet, dass die Behauptung einer 42-Prozent-Arbeitslosenquote durch die offizielle Statistik widerlegt ist, wie sich auch so manch anderer Unsinn als schlichte Lüge erwies.

Die New York Times und andere Blätter rieten denn auch ihren Lesern von einer Wahl Donald Trumps ab: Trump sei getrieben von „gefährlichen Impulsen und zynischer Anbiederung“; seine Kandidatur sei geprägt von „falschen und unverschämten Behauptungen, persönlichen Beleidigungen, fremdenfeindlichem Nationalismus, dreistem Sexismus“. Die Redaktion von „USA Today“ sprach von Trumps Spiel mit Vorurteilen, verwies auf seine zwielichtige Wirtschaftskarriere, seinen Hang zur Lüge, seine polarisierende Wirkung und seine Untauglichkeit als Oberbefehlshaber (*Der gefährliche Mann*, FAZ 05.10.2016). Im Faktencheck der „Washington Post“ erhielt Trump schließlich für zwei Drittel seiner Aussagen die Höchstbewertung von vier Pinocchios (vgl. Lee/Jessler 2016) als *unangefochtener Lügenbaron*. Indessen gilt der Präsident bei seinen Anhängern als der Mann, der unangenehme Wahrheiten ausspricht.

Das *fact checking* der Mainstream-Medien hatte offenbar keine Wirkung. Eine virtuelle Wahrheit habe sich breitgemacht, beklagt der Chefredakteur der Washington-Post. Lügen würden als Tatsachen akzeptiert und Verschwörungstheorien schlügen Wurzeln auf dem fruchtbaren Boden von Unwahrheiten (vgl. Lee/Kessler 2016). Bestimmte Teile der Gesellschaft lebten in einer faktenfreien Welt. Ihnen sei egal, was die Tatsachen sind, und sie glaubten nicht, was die Mainstreammedien sagen. Und Marty Baron verweist auf ein strukturelles Problem des Journalismus, wenn er den *Vertrauensverlust der Gatekeeper* beklagt. Mit der Vervielfachung von Informationsquellen, Sendeanstalten und Internetangeboten lebten viele in ihrer eigenen Wirklichkeit. Sie bekommen „ihre Informationen von Webseiten oder Medien unterschiedlicher Art, die sie mit sogenannten Informationen versorgen, die ihr schon existierendes Weltbild bestätigen“ (Baron 2016).

Das funktioniert übrigens auch über sogenannte Wahlbots, mit denen sich die beiden Präsidentschaftskandidaten bekämpften. Bots, das sind Propagandainstrumente, automatisierte Skripte in Form von Computerprogrammen, die von einem Algorithmus gesteuert werden. Das Online-Tool Twitteraudit hat berechnet, von den 12,4 Millionen Followern von Donald Trump auf Twitter waren 4,6 Millionen Fake-Accounts. Und darunter befinden sich viele Programme, die automatisch Content generieren oder Tweets retweeten; wie gesagt: automatisch, ohne dass ein leibhaftiger Mensch die Finger drin hat (Lobe 2016). Das ist nur eine der vielen techni-

schen Möglichkeiten der *Meinungsbeeinflussung unter Umgehung der traditionellen Massenmedien*. Im Übrigen beziehen 44 Prozent der Amerikaner ihre Nachrichten aus Facebook (vgl. Müller-Wirth/Wefing 2016), ein Trend, der sich bei der jüngeren Generation abzuzeichnen scheint.

Wahrlich postfaktische Zeiten! Es scheint, dass wir in einer Epochenwende leben, in der mit dem Aufkommen der gar nicht mehr so neuen Medien, mit dem Internet als medialer Universalplattform, mit Social Media u.a.m. vieles in Frage gestellt wird: Die Rolle und das Nutzungsverhalten des Publikums; eines Publikums, das sich zunehmend in Teilpublika zerstreut; die sich meinungskonformer Spezialangebote bedienen. In Frage gestellt ist auch die Rolle von Journalisten. Die sehen sich *ihrer Gatekeeperfunktion beraubt*, wie überhaupt die traditionellen Medien ihren Platz in einem sich neu sortierenden Medienmarkt erst noch finden müssen.

Soziale Medien als Echokammern statt Orientierungswissen

Gilt Amerika auch in Sachen Kommunikation und Medien als eine Art Vorreiter, so sind die Verhältnisse in Mitteleuropa zwar noch erkennbar andere. Aber wir holen auf! Postfaktische Tendenzen gibt es auch hierzulande. Der Schweizer Physiker und Philosoph Eduard Kaeser spricht von einer „Demokratie der Nichtwissenwollengesellschaft“ (Kaeser 2016), die – als Folge der Informationsflut in der digitalen Welt – zentrale Standards wie Objektivität und Wahrheit auswäscht. Die Wahlen 2017 in Österreich, in den Niederlanden, in Frankreich und in Deutschland werden zeigen, wie weit sich bisher gültige Standards auch in den europäischen Demokratien auswaschen lassen.

Richtig ist heute mehr noch als zu Zeiten Machiavellis: Die Erwartung, Glaubwürdigkeit ergebe sich gleichsam automatisch auf der Basis von Fakten, ist schon erkenntnistheoretisch allzu schlicht. Diese irrije Vorstellung verwechselt Politik mit einem simplen Faktencheck und sie verwechselt den Auftrag der Medien mit einer Agentur zur Vermittlung vermeintlicher Sachzwänge. Dabei muss heute mehr denn je eingefordert werden, dass die Herstellung von Öffentlichkeit mehr bedeutet als mediales Grundrauschen und dass die Arbeit an der *öffentlichen Meinungsbildung mehr ist als professionelles Aufmerksamkeitsmanagement*. Einmal mehr müssen wir uns ganz grundsätzlich klar machen, dass vermeintliche Tatsachen und noch so abgesicherte Befunde aus sich heraus keine Geltungskraft besitzen; schon gar nicht in einer zunehmend unübersichtlicher werdenden Kommunikationsumgebung. Man kann auch lügen, obwohl alle Fakten stimmen.

Vergleiche hinken bekanntlich. Dennoch drängt sich mir eine Parallele auf: So wie die Kirchen ihr Wahrheitsmonopol weithin verloren haben, so verlieren inzwischen auch die traditionellen Medien ihre Monopolstellung für Informationsvermittlung und Meinungsbildung. Mehr denn je ist alles, aber auch wirklich alles deutungsabhängig – von Ideologien, von Denkstilen und Symbolen, von Sehweisen und Stimmungen. Und dafür bietet unsere multimediale Welt allemal nicht nur *vielfältige Resonanzräume*, sondern auch Bestätigung, nicht selten die Bestätigung der eigenen Vorurteile. Gewachsen sind dabei nicht nur die Chancen zu Information und Aufklärung. Gewachsen sind auch die Chancen zu *kollektiver Täuschung*.

Dazu ein sehr schlichtes Beispiel, das zunächst völlig unpolitisch daherkommt und dank der Sozialen Medien zum Politikum wurde: der Fall Lisa. Die Geschichte ist in Wikipedia bereits detailliert dokumentiert. Was war geschehen? Eine 13-jährige Russlanddeutsche, Lisa F. aus Berlin-Marzahn, verschwindet Anfang des Jahres auf dem Weg zur Schule. Die Eltern melden sie als vermisst. Am folgenden Tag taucht sie wieder auf; berichtet zunächst, sie sei von drei Unbekannten verschleppt, in einer Wohnung festgehalten und vergewaltigt worden. Bei den angeblichen Entführern handle es sich um „Südländer“. Die Polizei ermittelt. Bei den Vernehmungen rückt das Opfer von seiner ersten Version ab und sagt, dass es freiwillig mit den Männern mitgegangen sei. Insgesamt schildert das Mädchen mehrere Versionen zu ihrem Verschwinden. Alles eigentlich kein politisches Thema!

Anhand der Handy-Daten rekonstruiert die Polizei schließlich, dass sich Lisa in der fraglichen Nacht bei ihrem 19-jährigen Freund aufgehalten haben muss. Sie hat also falsch ausgesagt, gelogen. Unabhängig von den Ereignissen in der fraglichen Nacht ermittelt die Polizei gegen zwei Männer türkischer Herkunft wegen schweren sexuellen Missbrauchs. Die Männer werden verdächtigt, sexuelle Kontakte mit Lisa F. unterhalten zu haben.

Und nun dreht sich die Medienschraube und der Fall wird zum Politikum. Eine unbedeutende Website für in Deutschland lebende Russen und Russlanddeutsche greift den Fall auf. Daraufhin berichten russische Staatsmedien, die Täter seien arabische Flüchtlinge. Die erfundene Geschichte entwickelt sich mit Hilfe des russischen Propagandaapparates zur Staatsaffäre. Der russische Außenminister Lawrow beschuldigt die deutschen Behörden der Vertuschung einer Vergewaltigung. Deutschland könne die Sicherheit der russischen „Landsleute“ nicht gewährleisten.

Die Bundesregierung reagiert scharf. Denn: Die Flüchtlingskrise hat die Gemüter aufgewühlt und Landtagswahlen stehen an. Es gibt Demonstrationen in verschiedenen Städten, vor allem von Russlanddeutschen – auch vor dem Kanzleramt. Für das staatliche russische Fernsehen liegt ein klarer Fall von Vergewaltigung vor. Kommentatoren greifen in Medienberichten den Fall auf, in Deutschland und im Ausland. Die westliche Öffentlichkeit wird über den tatsächlichen Hergang informiert, die russische nicht. Die medial angetriebene Empörungsmaschine läuft auf vollen Touren. Bei bestimmten netzaffinen Gruppen hat sie gängige Vorurteile bedient. Die anderen Medien, die sind dann eben die „Lügenpresse“.

In Österreich gab es kürzlich einen vergleichbaren Fall, in den sich sogar der russische Präsident eingeschaltet hat. Während es in der auflagenstarken Kronenzeitung hieß, Putin streue falsche Informationen über Österreich, titelte die FPÖ-nahe Online-Plattform „unzensuriert.at“ zustimmend: „Putin-Kritik an Österreich: ‚Eine Gesellschaft, die ihre Kinder nicht schützen kann, hat keine Zukunft‘“ (zit. nach Löwenstein 2016). Es ging um das Gerichtsurteil in einem tatsächlichen Vergewaltigungsfall. Die wahrheitswidrige Berichterstattung des russischen Staatsfernsehens zu einem rechtsstaatlichen Verfahren instrumentalisiert dann der russische Präsident zum Beweis für den Verfall der Werte im Westen. Das alles wandert in die Online-Welt und dort mutiert dieser „Fake“ zur Wahrheit für diejenigen, die sich ihre Bestätigung in Foren Gleichgesinnter suchen. Getreu einem leicht abgewandelten Satz von Niklas Luhmann:

„Alles, was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch Social Media“ (Wolf 2016; vgl. Luhmann 1995: 7).

Was lernen wir daraus? Mehr und mehr konkurriert Foren-gestützte Selbstgewissheit mit der Bewertung und Orientierung durch die ‚klassischen‘ Massenmedien.

Politisch-tektonische Verschiebungen

Im Vorfeld der Wahlen vom 9. November 2016 habe ich mich immer wieder gefragt, ob mit der Rede von der Glaubwürdigkeitskrise nicht doch eine Art *self fulfilling prophecy* betrieben wird; ob wir in der Wissenschaft und in den Medien nicht selbst publikumswirksam das Aufregungspotential mitschaffen; ob wir nicht den Alarmismus befördern, mit dem wir uns dann wiederum kritisch auseinandersetzen. Konflikt und Krise haben schließlich hohen Nachrichtenwert, die Rede von der Glaubwürdigkeitskrise allemal. Befragungsdaten geben es eigentlich nicht her, von einer generellen Glaubwürdigkeitskrise der Medien zu reden. Denn, differenziert nach Mediengattungen und Nutzungsweisen, ist das Vertrauen in die Berichterstattung und ist deren Glaubwürdigkeit noch vergleichsweise groß (vgl. für Deutschland insb. BR-Medienstudie 2016; Infratest-dimap 2015). Das gilt für die Berichterstattung der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten ebenso wie für die Elitepresse und zum Teil auch für die deutschen Regionalblätter.

Befragungsdaten! Wie gut waren die im Vorfeld der Wahlen in Amerika und vor dem Brexit? Wie gut sind sie mit Blick auf die Bundespräsidentenwahlen in Österreich? Haben die großen Auguren nicht erneut eine peinliche Schlappe erlebt? Das spricht nicht gegen sozialwissenschaftliche Forschung, nur gegen eine bestimmte Art ihrer Ausübung. Böses Erwachen weltweit in den Morgenstunden nach dem 9. November 2016: Einmal mehr eine Mahnung, dass der Verweis auf empirische Oberflächenphänomene nicht weit trägt. Jedenfalls kommt man dem, was mit Glaubwürdigkeitskrise zum Ausdruck gebracht werden soll, so nicht auf die Spur. Ich meine die tiefer gehende Verunsicherung in Teilen unserer Gesellschaften.

Die Gründe dafür sind vielfältig und monokausale Erklärungen greifen zu kurz. Globalisierung, Kriege und Flüchtlingsströme, der Imperativ der Märkte, die Dynamik des gesellschaftlichen Wandels u.v.a.m. Wir erleben die Erosion von einmal als fundamental angesehenen Sicherheiten und Werteorientierungen; nicht zu vergessen eine Informationstechnologie, die Informationszugänge überall, jederzeit und über alles verschafft und dabei nicht selten ein Gefühl der gut informierten Orientierungslosigkeit erzeugt. Kurz und gut: Die – scheinbar oder tatsächlich, das sei einmal dahingestellt – wohlgeordnete Welt von Politik und Medien, aber auch von Wissenschaft, Wirtschaft, Gesellschaft und Kultur, sie ist erschüttert.

Mit der gar nicht mehr so „neue(n) Unübersichtlichkeit“ (vgl. bereits Habermas 1985), verbinden sich Verwerfungen, ja *politisch-tektonische Verschiebungen*. Und die betreffen im Kern das, was der Historiker Heinrich August Winckler als das „normative Projekt des Westens“ (Winckler 2015: 587) bezeichnet: Volkssouveränität, parlamentarische Verantwortlichkeit der Regierung, Gewaltenteilung, Rechtsstaatlichkeit und all die mit 1776 und 1789 verbundenen

Freiheitsideen, darunter vor allem die Informations-, Meinungs- und Pressefreiheit. All dies scheint keineswegs mehr der ganz selbstverständliche Wertehorizont der euro-atlantischen Welt zu sein – trotz aller Sonntag rhetorik.

Die Liste der Einschränkung von Presse- und Meinungsfreiheit auch in der westlichen Welt ist lang. Ich nenne nur: das Schikanieren und Kujonieren der Presse, Tendenzen der Selbstzensur, die zunehmende Infragestellung journalistischer Unabhängigkeit durch Großkonzerne mit anderweitigen Geschäftsinteressen und die geradezu schamlose politische Instrumentalisierung gekaufter Meinungsmacht. Wir erleben derzeit eine fortschreitende *Berlusconisierung von Politik und Medien*, eine Berlusconisierung mit frondeurhaften, mit aufrührerischen Zügen. Das gibt es inzwischen in der russischen oder türkischen, der ungarischen und nun auch in einer amerikanischen Variante.

Insofern können die Abstiege in der internationalen Rangliste zur Pressefreiheit auch in der Europäischen Union nicht überraschen. Besonders gravierend bei Bulgarien, Polen, Kroatien, Ungarn und selbst im Fall von Frankreich. Die Länder positionieren sich zwischen Platz 45 (Frankreich) und Platz 113 (Bulgarien). Während Österreich vom 7. auf den 11. Rang abrutscht, hat auch Deutschland vier Punkte verloren und landet auf dem 16. Platz der Rangliste der Pressefreiheit 2016. Die „Erosion der europäischen Vorreiterrolle bei der Pressefreiheit“ habe sich fortgesetzt, heißt es denn auch in dem Bericht von „Reporter ohne Grenzen“ (vgl. Reporter ohne Grenzen 2016).

Hinter all dem stecken strukturelle Entwicklungen auf dem Medienmarkt, Konzentrationsprozesse mit redaktionellen Umstrukturierungen, völlig neue Geschäftsmodelle von global operierenden Content Providern mit digitalen Plattformen u.v.a.m. Hinzu kommen politischer Druck und nicht zuletzt staatlich gesteuerte Maßnahmen bis hin zu einer die Pressefreiheit einschränkenden Gesetzgebung – wohl gemerkt auch in demokratischen Ländern. Ich verweise beispielhaft auf die Anstrengungen der polnischen Regierung, die Eigenständigkeit der öffentlich-rechtlichen Medien einzuschränken und private Medien zu „repolonisieren“ oder an die politisch motivierten Massenentlassungen von Journalisten der öffentlich-rechtlichen Medien in Ungarn.

Von einem anderen Kaliber ist allerdings eine aktuelle Verbalkeule. Ich meine den Totschlag-Begriff von der „Lügenpresse“, mit dem inzwischen lautstarke und radikalisierte Minderheiten im deutschsprachigen Raum einem generalisierten Misstrauen gegenüber Medien und Politik Ausdruck geben und damit breite Resonanz erzielen.

Unwort des Jahres 2014: „Lügenpresse“

„Lügenpresse“, das ist ein Begriff, der sich im 19. Jahrhundert zunächst gegen die bürgerlich-liberale Presse gerichtet hat. Nach dem Ersten Weltkrieg wurde er von den Nazis für antisemitische Verschwörungstheorien und zur Diffamierung der Presse der Kriegsgegner gebraucht. Dieses Unwort aus dem Sprachgebrauch des Dritten Reiches, der „Lingua Tertii Imperii“ (vgl. Klemperer 1975), hat inzwischen Konjunktur weit über Pegida-Demos und politische Stammtische hinaus; so weit jedenfalls, dass inzwischen auch auf den akademischen Bühnen darüber gesprochen wird, wie man am Thema des Medientages sieht. Zentraler Bezugspunkt des Lügenpresse-Vorwurfs war und ist die mediale Darstellung der Flüchtlingskrise. Auch im Ukraine-Konflikt war schon entsprechende Kritik laut geworden: Einseitige Berichterstattung!

Was ist dran an diesem Vorwurf? Bereits im Frühjahr dieses Jahres räumte Armin Wolf, ein bekannter österreichischer Starjournalist, mit Blick auf die Reaktion der Medien nach den Übergriffen in der Kölner Silvesternacht handwerkliche Fehler ein (vgl. Wolf 2016). Und auch zur Berichterstattung in Sachen Flüchtlingskrise wissen wir heute mehr. Wer Angela Merkels Mantra „Wir schaffen das“ kritisch hinterfragen wollte, hatte lange Zeit schlechte Karten querbeet durch die Medienlandschaft – von der liberalen Presse über die Nachrichtenredaktionen und Talkshows der öffentlich-rechtlichen Sender bis hin zum Boulevard. Ihn habe geärgert, schreibt der Chefredakteur der „Zeit“ Giovanni Di Lorenzo im Magazin „Cicero“, „dass eine von der Politik der Bundesregierung abweichende Meinung, manchmal auch schon kritische Fragen, unter den Generalverdacht gestellt wurden, man habe etwas gegen Flüchtlinge oder betreibe das Geschäft der Populisten“. Die Journalisten, waren „zumindest in der Anfangszeit geradezu beseelt von der historischen Aufgabe, die es nun zu bewältigen galt“, so Di Lorenzo (2016).

Und die FAZ resümiert: Die wohlwollende Berichterstattung und das Willkommensklima habe Sorgen, Kritik und Ängste nicht ernst genommen, ja weggelächelt. Man wollte fremdenfeindlichen Ressentiments und Ausschreitungen nicht noch in die Hände spielen. Als dann aber in Köln massenweise Fremde zu Tätern wurden, spätestens dann sei klar geworden, „wie Berichterstattung mit Fürsorge verwechselt wurde“ (Hanfeld/Scheer 2016).

Es gibt dazu mittlerweile auch einen gut belegten empirischen Befund. In einer an der Hamburg Media School erarbeiteten Studie wurde untersucht, wie deutsche Medien in den Jahren 2009 bis 2015 über die Flüchtlingsfrage berichtet haben. Ausgewertet wurden 34.000 Beiträge mit dem Ergebnis: 82% der Berichterstattung waren positiv, 12% rein berichtend und 6% problematisierend (Haller, zit. nach Merkur 2016). Lange bis in den Sommer letzten Jahres hinein bestimmte das Schlagwort „Willkommenskultur“ den Tenor der Berichterstattung. Noch einmal Di Lorenzo:

„... ohne Not haben wir uns wieder dem Verdacht ausgesetzt, wir würden mit den Mächtigen unter einer Decke stecken, wir würden so uniform berichten, als seien wir gesteuert; wir würden die Sorgen und Ängste der Menschen ignorieren, die nicht selbst zur Flüchtlingshilfe oder zur politischen Klasse gehören. Das är-

gert mich, weil ich der Meinung bin, dass unsere Medien zu den besten und freiesten auf der Welt gehören. Der Komplexität der Probleme, der zunehmenden Macht von Desinformation und Verschwörungstheorien, von Dummköpfen oder von Propagandisten können wir nur Genauigkeit, Distanz und Glaubwürdigkeit entgegensetzen“ (Di Lorenzo 2016).

Das alles kann noch nicht das Verdikt von der „Lügenpresse“ rechtfertigen und ein konzertierter Kampagnenjournalismus war es schon gar nicht. Aber offenbar gibt es so etwas wie eine stillschweigende Symbiose, ein Konsonanz erzeugendes ‚Rudelverhalten‘ im Journalismus. Man weiß ja, dass Journalisten und Journalistinnen fleißige Medienrezipienten sind und sich gerne an den eigenen Kollegen orientieren. Ich erinnere an die verhängnisvolle Rolle der deutschen Medien beim Sturz des deutschen Bundespräsidenten Christian Wulff; mit einer distanzlosen Berichterstattung, bei der keine noch so peinliche Petitesse ausgelassen wurde; verhängnisvoll und unprofessionell zugleich – bei allen Fehlern, die das gestürzte Staatsoberhaupt freilich auch selbst zu verantworten hatte.

Fazit

Gibt es einen Weg aus der Glaubwürdigkeitskrise von Medien und Politik? Die Beschwörung postfaktischer Zeiten erscheint dabei weder eine angemessene Problemdiagnose, noch hilft sie bei der Bewältigung des epochalen Wandels. Das Gleiche gilt für monokausale Erklärungen und handliche Kochrezepte. Meine Sorge ist, dass die Legitimitätsressource Öffentlichkeit schwindet; Öffentlichkeit als Ort der Information, der Meinungsvielfalt und des Diskurses; die Sorge auch, dass dadurch die Welt der „*Entscheidungspolitik*“ und die Welt der „*Darstellungspolitik*“ weiter auseinandertriften (vgl. Sarcinelli 2011: 119ff.). – Dass man mit Blick auf den Ausgang der US-Präsidentenwahl eigentlich wünschen muss, dass das politische *Handeln* nach der Wahl mit dem *Reden* im Wahlkampf möglichst wenig zu tun hat, gehört zu den politischen Pathologien der Gegenwart. Es gibt Anlass, über die Bedeutung von Sprache im politischen Diskurs neu nachzudenken (vgl. Sarcinelli 2017).

Abschließend nur einige wenige Sätze zu den Essentials, mit denen wir es zu tun haben. Bei der Glaubwürdigkeitskrise von Politik und Medien geht es um nicht weniger als um die „offene Gesellschaft“ (Popper); um den Erhalt und die *Weiterentwicklung liberaler Verfassungsstaatlichkeit auch in und mit der neuen Medienwelt*; um Freiheit gewährleistende Prinzipien und Verfahren; letztlich also um den Glutkern demokratischer Legitimation (vgl. Sarcinelli 1998).

Wir müssen uns grundsätzlich darauf besinnen, was eine Freiheit verbürgende Politik eigentlich bedeutet, was sie sein sollte. Hannah Arendt hat es so ausgedrückt: „Politik beruht auf der Tatsache der Pluralität der Menschen“, auf dem „Zusammen- und Miteinandersein der Verschiedenen“ (Arendt 1993: 9). Das zu ermöglichen, in Frieden und Freiheit, darin besteht die große Herausforderung unserer Zeit; einer Zeit, in der die Anhänger einer verengten Weltsicht dem „Dogma des Homogenen, Reinen, Völkischen“ (Emcke 2015: 6) wieder lautstark das Wort reden.

Noch kommen die Angriffe auf die „offene Gesellschaft“ (Popper) von Minderheiten, die vorgeben, den Mehrheitswillen zu repräsentieren und den wahren Volkswillen zu vertreten; Minderheiten, die beanspruchen, „das Volk“ zu sein. Alexis de Tocqueville, der Adlige aus dem Ancien Régime Frankreichs, hat in seinen Betrachtungen „Über die Demokratie in Amerika“ vor der „Tyrannei der Mehrheit“ (Tocqueville 1985: 145) gewarnt. Das war im Jahr 1835 aktuell und ist es auch heute noch. Im Blick auf die Gegenwart erscheint inzwischen die Warnung vor der ‚*Tyrannei der Minderheit*‘ allerdings ebenfalls angebracht; einer stärker werdenden Minderheit, die dem „Kult der Unmittelbarkeit“ (Zehnpfennig 2016) huldigt, ohne den mühsamen Prozess des Interessenausgleichs im Wege parlamentarischer Repräsentation; eine lautstarke Minderheit, die Postings, Klicks und Likes mit politischer Willensbildung verwechselt und den Glauben nährt, die traditionellen Eliten ließen sich durch eine Art „digitale Polis“ (de Saint Victor 2015: 11) ersetzen.

All dies sind Indikatoren eines neuen „Strukturwandels der Öffentlichkeit“ (Habermas); eines digitalen Strukturwandels, der die komplette Medienlandschaft durcheinanderwirbelt. Das gilt für die Nachrichtenproduktion und -übermittlung. Es betrifft herkömmliche journalistische Berufsbilder, berührt das Verhältnis von traditionellen und neuen Medien und beeinflusst ganz generell alle mediennahen Geschäftsmodelle; ein Strukturwandel im Übrigen auch, der die Politik zunehmend unter Stress setzt (vgl. Sarcinelli 2011: 307ff.). Hier stehen Politik *und* Gesellschaft vor der Aufgabe, dem scheinbar Unregelbaren Regeln zu geben. Vermutlich wird dies nur in einem längeren *ko-evolutionären Lernprozess* gelingen.

Denn die Sozialen Medien, wie das Internet insgesamt, bewähren sich nicht nur als ein zugangsoffenes Instrumentarium zur Aufklärung, zur Mobilisierung und Teilhabe. Sie erweisen sich auch als eine wenig strukturierte Wissensplattform, vor allem aber als „Erregungsmaschine“ (Pörksen/Detel 2012: 9) für verkapselte Gemeinschaften, die in den Foren und Filterblasen („filter bubble“) des Internet ihre Bestätigung finden.

Die lange Zeit von publizistischen Großmächten dominierte Mediendemokratie bekommt im digitalen Zeitalter Züge einer publikumsgesteuerten „Empörungsdemokratie“ (Pörksen 2016: 8). Mehr denn je bedarf es deshalb eines professionellen Journalismus, der sich nicht auf „die Bewirtschaftung von Aufmerksamkeit“ (vgl. Sarcinelli 2014) kapriziert; der vielmehr Öffentlichkeit herstellt, zur Aufklärung des Publikums beiträgt und demokratischer Meinungsbildung Raum gibt. Dies vor allem ist und bleibt eine entscheidende Legitimitätsressource, auf die unsere demokratischen Gesellschaften angewiesen sind.

Literatur

- Althoff, Gerd; Stollberg-Rillinger, Barbara (2008): Spektakel der Macht. In: Stollberg-Rillinger, Barbara u.a. (Hrsg.): Spektakel der Macht. Rituale im Alten Europa 800–1800. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, S. 15-19.
- Baron, Marty (2016): Interview mit Clemens Wergin: Wie Journalisten die USA vor Trump retten können. Abgerufen unter URL: <https://www.welt.de/politik/ausland/article157582626/Wie-Journalisten-die-USA-vor-Trump-retten-koennen.html> [Stand vom 07-11-2016].
- Bentele, Günter (1988): Glaubwürdigkeit. Forschungsergebnisse und Fragen für die Sozialisationsperspektive. In: Publizistik 33, S. 406-426.
- Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas (1969): Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit. Eine Theorie der Wissenssoziologie. Frankfurt a.M.: Fischer.
- BR-Medienstudie (02.05.2016). Abgerufen unter URL: <http://www.br.de/nachrichten/inhalt/br-medien-studie-100.html> [Stand vom 06-12-2016].
- Crouch, Colin (2008): Postdemokratie. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Di Lorenzo, Giovanni (2016): „Wir waren geradezu beseelt von der historischen Aufgabe“ (04.09.2016). Abgerufen unter URL: <http://cicero.de/berliner-republik/medien-ueber-die-grenzoeffnung-wir-waren-geradezu-beseelt-von-der-historischen-aufgabe> [Stand vom 08.11.2016].
- Emcke, Carolin (2016): „Anfangen“. Dankesrede anlässlich der Verleihung des Friedenspreises des deutschen Buchhandels. Abgerufen unter URL: <http://www.friedenspreis-des-deutschen-buchhandels.de/1244997/> [Stand vom 15.11.2016].
- Geyer, Christian (2016): An der Leine der Moral. Was heißt hier postfaktisch? Warum Trump Clinton schlug. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 10. November 2016, S. 11.
- Habermas, Jürgen (1971): Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft. Neuwied: Luchterhand.
- Habermas, Jürgen (1975): Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus. 3. Aufl. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Habermas, Jürgen (1985): Die Neue Unübersichtlichkeit. Frankfurt a.M.: Suhrkamp.
- Hanfeld, Michael; Scheer, Ursula (2016): Hinterher sind alle schlauer. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 02. September 2016. Abgerufen unter URL: [Hanfeld, Michael/Scheer, Ursula \(2016\): Hinterher sind alle ...](http://www.faz.net/aktuell/politik/hinterher-sind-alle-schlauer-14788883.html) [Stand vom 23.06.2017]
- Infratest-dimap: Glaubwürdigkeit der Medien (2015). Abgerufen unter URL: <http://www.infratest-dimap.de/umfragen->

analysen/bundesweit/umfragen/aktuell/glaubwuerdigkeit-der-medien/ [Stand vom 06.12.2016].

- Kaeser, Eduard (2016): Das postfaktische Zeitalter. In: <http://www.nzz.ch/meinung/kommentare/googeln-statt-wissen-das-postfaktische-zeitalter-ld.111900> [Stand vom 0.11.2016].
- Kant, Immanuel (1777): Werke in zwölf Bänden. Band 8, Frankfurt a.M.: Suhrkamp (Erstdruck in: Berlinische Blätter, 1. Jg., 1797, S. 301-314).
- Klemperer, Victor (1975): LTI. Notizbuch eines Philologen. 3. Aufl. Leipzig: Reclam.
- Lee, Michelle Ye Hee; Kessler, Glenn (2016): Fact-checking the ‘final arguments’ of Trump and Clinton. Abgerufen unter URL: <https://www.washingtonpost.com/news/fact-checker> [Stand vom 07.11.2016].
- Lobe, Adrian (2016): Duell der Wahlbots. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 14. Oktober 2016, S. 13.
- Löwenstein, Stephan (2016): Verdreht und aufgeregt. Österreich und die russische Propaganda. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 4. November 2016.
- Luhmann, Niklas (1973): Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität. Stuttgart: Enke.
- Luhmann, Niklas (1995): Die Realität der Massenmedien. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Luhmann, Niklas (2010): Politische Soziologie. Berlin: Suhrkamp.
- Machiavelli, Niccolò (1978 [1513]): Der Fürst. 6. Aufl. Stuttgart: Kröner.
- Merkel, Angela (2016): „Wenn wir nicht gerade aus Stein sind“. Abgerufen unter URL: <http://www.tagesspiegel.de/politik/angela-merkel-im-wortlaut-wenn-wir-nicht-gerade-aus-stein-sind/14576252.html> [Stand vom 07.11.2016].
- Merkur (2016): Ist die Berichterstattung über die Flüchtlingspolitik zu positiv? Abgerufen unter URL: <http://www.merkur.de/tv/berichterstattung-ueber-fluechtlingspolitik-zu-positiv-6664272.html> [Stand vom 08.11.2016].
- Müller-Wirth, Moritz/Wefing, Heinrich (2016): Ich, Google, Facebook und Co. wollen die Nachrichten revolutionieren. In: Die Zeit, 3. November 2016, S. 4.
- Oberreuter, Heinrich (1987): Stimmungsdemokratie. Zürich, Osnabrück: Edition Interfrom.
- Pörksen, Bernhard (2016): Die fünfte Gewalt. Die neue Macht der Vernetzten. Abgerufen unter URL: <http://www.swr.de/swr2/programm/sendungen/wissen/macht-der-ernetzten/id=660374/did=16992390/nid=660374/u5io9b/index.html> [Stand vom 01.08.2016].
- Pörksen, Bernhard; Detel, Hanne (2012): Zur sozialen Lage von Journalistinnen und Journalisten. In: Aus Politik und Zeitgeschichte 62, S. 29-31.

- Reporter ohne Grenzen (2016): Rangliste der Pressefreiheit. Weltweite Entwicklungen im Überblick. Abgerufen unter URL: <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/rangliste/2016/ueberblick/> [Stand vom 08.11.2016].
- Sarcinelli, Ulrich (1987): *Symbolische Politik*. Opladen: Westdeutscher Verlag.
- Sarcinelli, Ulrich (1998): Legitimität. In: Jarren, Otfried; Sarcinelli, Ulrich & Saxer, Ulrich (Hrsg.): *Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch mit Lexikonteil*. Wiesbaden, S. 253-267.
- Sarcinelli, Ulrich (2011): *Politische Kommunikation in Deutschland. Medien und Politikvermittlung im demokratischen System*. 4. Aufl. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Sarcinelli, Ulrich (2014): Von der Bewirtschaftung der Aufmerksamkeit zur simulativen Demokratie. In: *Zeitschrift für Politikwissenschaft* 24 (3), S. 329-339.
- Sarcinelli, Ulrich (2017): Sprache und Kommunikation im politischen Diskurs. In: Flümman, Gereon (Hrsg.): *Umkämpfte Begriffe. Deutungen zwischen Demokratie und Extremismus*. Bonn: Bundeszentrale für politische Bildung, S. 57-76.
- Schulz, Winfried (1976): *Die Konstruktion von Realität in den Massenmedien. Analyse der aktuellen Berichterstattung*. Freiburg: Alber.
- Selke, Stefan; Dittler, Ullrich (2010): *Postmediale Wirklichkeiten aus interdisziplinärer Perspektive*. Hannover: Heise.
- Tocqueville, Alexis de (1985): *Über die Demokratie in Amerika*. Leipzig: Reclam.
- Weber, Max (1968 [1919]): *Politik als Beruf*. Berlin: Duncker und Humblot.
- Winkler, Heinrich-August (2015): *Geschichte des Westens. Die Zeit der Gegenwart*. München: Beck.
- Wolf, Armin (2016): „Lügenpresse“-Diskussion: Armin Wolf räumt Fehler ein, Philosoph Liessmann mit heftiger Kritik. Abgerufen unter URL: <http://www.vienna.at/luegenpresse-diskussion-armin-wolf-raeumt-fehler-ein-philosoph-liessmann-mit-heftiger-kritik/4649048> [Stand vom 08.11.2016].
- Zehnpfennig, Barbara (2016): Die Bannmeile der Demokratie. In: *Frankfurter Allgemeine Zeitung*, 17. Oktober 2016, S. 12.

Das Vertrauen in die Medien und sein Verschwinden

Knut Hickethier

Zusammenfassung

In sechs kleinen Abschnitten möchte ich zum Thema „Glaubwürdigkeit der Medien“ beitragen. Ich beziehe mich dabei auf die bundesdeutschen Verhältnisse und spitze einiges zu.

Befinden sich die Medien aktuell wirklich in einer Glaubwürdigkeitskrise?

Seit etwa zwei Jahren wird in Deutschland verstärkt über die Glaubwürdigkeit der Medien diskutiert. Fast jeden Tag ist gegenwärtig dazu ein Bericht in den sogenannten Qualitätsmedien wie der Zeit, der Süddeutschen, der FAZ oder dem Spiegel zu lesen. Die Medien verlieren angeblich ihre Glaubwürdigkeit, wenn man den Beiträgen in den Medien selbst wiederum Glauben schenken will.

Vor allem die öffentlich-rechtlichen Rundfunkmedien waren verunsichert. Sie haben deshalb eine Reihe von – inzwischen auch öffentlich zugänglichen – sozialwissenschaftlichen Erhebungen zur Glaubwürdigkeit der Medien in Auftrag gegeben. Eine für das ZDF im Sommer 2015 von der Forschungsgruppe Wahlen erstellte Studie kam zum Ergebnis, dass es „keine Glaubwürdigkeitskrise aller Medien“ gebe,¹ auch die von Infratest dimap für die WDR durchgeführte Studie über die Glaubwürdigkeit der Informationen in den deutschen Medien² wie auch eine Studie des Bayerischen Rundfunks vom Mai 2016³ kamen zu keinem wesentlich anderen Ergebnis. Wohl aber dazu, dass die Medien sehr verschieden genutzt und unterschiedliche Teile der Bevölkerung deren Glaubwürdigkeit oft gegensätzlich beurteilen.

Das hängt natürlich auch von den Fragestellungen der Umfragen ab, auf die ich hier nicht weiter eingehen will. Fest steht jedenfalls, dass es schon immer einen größeren Anteil in der Bevölkerung gegeben hat, der den Medien misstraut. Die jährlichen „Basisdaten“ der Zeitschrift Media Perspektiven zeigen im Direktvergleich der tagesaktuellen Medien, dass die Glaubwürdigkeit des Fernsehens 2015 und 2010 nur bei 64% bzw. 63% lagen, beim Hörfunk in den gleichen Jahren nur bei 49% und bei den Tageszeitungen nur bei 57% bzw. 60%.⁴ Über die Jahre hat sich wenig verändert, aber auf dem Niveau eines begrenzten Prozentsatzes der Akzeptanz. Etwa ein Drittel bis die Hälfte der Bevölkerung hält die Glaubwürdigkeit der Medien

¹ Zit. nach Uwe Kammann: Die Glaubwürdigkeit der Medien, S. 7. www.mdr.de/unternehmen/die-glaubwuerdigkeit-der-medien-100-downloadFile.pdf

² vgl. www.infratest-dimap.de/umfragen-analysen/.../glaubwuerdigkeit-der-medien/

³ vgl. <http://www.br.de/nachrichten/inhalt/br-medien-studie-100.html>

⁴ Media Perspektiven Basisdaten 2015, Frankfurt/M.: Media Perspektiven 2015, S. 66.

für begrenzt. Ähnliche Zahlen finden sich auch für die Jahre 2000 und 2005⁵, und wenn man noch ältere Erhebungen heranziehen würde, kann man feststellen, dass das Misstrauen gegenüber den Massenmedien offensichtlich in einem Drittel der Bevölkerung schon seit längerem vorhanden ist.

Wird dagegen nur nach dem Fernsehen gefragt, halten 80% das öffentlich-rechtliche Fernsehen für glaubwürdig, und nur 10% die privat-rechtlichen Sender.⁶ Was zeigt das? Bei allen Schwankungen gibt es einen nicht kleinen Anteil der Bevölkerung, der den Massenmedien seit längerem misstrauisch und ablehnend gegenübersteht.

Und dies nicht erst aufgrund der politischen Krisen und Konflikte der letzten Jahre. Wenn es eine Glaubwürdigkeitskrise der Medien gibt, dann gibt es sie schon seit langem.

Und wenn wir hier uns selbst ansehen, die wir uns zu den aufgeklärten Bürgern des Landes zählen, glauben wir doch auch den einen Medien mehr als den anderen. In meiner Generation haben wir in den 1970er Jahren bestimmten Medien – etwa den Zeitungen eines bestimmten Verlagshauses – überhaupt nicht geglaubt, und auch heute noch ist für mich die Glaubwürdigkeit einer Zeitung wie der „Süddeutschen“ z.B. deutlich größer als etwa die der „Bild-Zeitung“. Nur gab es keine Hasskampagne gegen „die Medien“ allgemein, sondern allenfalls – um mit Herfried Münkler zu sprechen – eine „mürrische Indifferenz“ gegenüber der Springer-Presse.

Die allgegenwärtige Debatte der „Glaubwürdigkeitskrise“ in den Medien ist deshalb ein von den Medien im Augenblick selbst etwas hochgetriebenes Thema, weil die Journalisten hochgradig verunsichert sind – dies aber eher durch andere Probleme: die sinkenden Auflagen der Zeitungen, Zweifel an politischen Entscheidungen, die politischen Verwerfungen im politischen Raum, die Kontroversen mit der Türkei, die EU-Krise, der Aufstieg Trumps und anderes.

Das Wort von der Lügenpresse und der historische Blick

Doch die negative Einschätzung den Medien gegenüber, die viele haben, bleibt nicht mehr wie früher untergründig, sie wird neuerdings öffentlich laut artikuliert. Sie erscheint zum einem bei Demonstrationen von Pegida-Anhängern und der AfD, zum anderen in den digitalen Netzwerken – Medien sind sie ja nicht wirklich im Sinne der Inhalte produzierenden klassischen Medien – wie Facebook, Twitter und sie findet sich in den oft wüsten Pöbeleien in den Kommentaren zu bestimmten Ereignissen oder Medienberichten. Sie wird zu einer von vielen für normal gehaltenen Grundhaltung, die – obwohl eine Minderheitenmeinung – den Anspruch erhebt, für die Mehrheit der Bevölkerung zu stehen.

Dabei wird von vielen, die den Medien insgesamt misstrauen, ein enger Zusammenhang der Medien mit dem Staat, der Regierung, der Politik gesehen. Es gibt einen Generalverdacht der

⁵ Media Perspektiven 2005, Frankfurt/M.: Media Perspektiven 2005, S. 66: Fernsehen 2000: 70%; 2005: 66%; Hörfunk: 2000: 53%; 2005: 49%; Tageszeitung in beiden Jahren 62%.

⁶ Ebd.

Manipulation, des Verschweigens von Problemen, des Beschönigens. Einige Bürger glauben, mit ihren Problemen, mit ihrer Weltsicht in diesen Medien nicht vorzukommen und lasten dies den Medien an. Die Medien werden zur „politischen Klasse“ oder der „politischen Elite“ gezählt, die nicht mehr die Interessen der Bevölkerung vertritt und deshalb nur noch Lügen verbreitet.

Das Wort der „Lügenpresse“ hat eine Geschichte. Die Bewertung der Medien und ihrer Meinungen waren immer schon Teil des politischen Kampfes um die Macht. Das 19. Jahrhundert ist ein Jahrhundert, in dem die Medien – hier also die Tageszeitungen – sich parteipolitisch organisierten und dies auch in unterschiedlichen Sichtweisen zum Ausdruck brachten. Deutlich fand z.B. nach 1870 ein Medienkampf des Staates, also der Monarchie mit ihrer deutlich militärischen Ausrichtung, gegen die Sozialdemokratie statt, in der die Monarchie eine politische Bedrohung sah. Weiterhin gab es den sogenannten Kulturkampf Bismarcks gegen die katholische Zentrumsbewegung. Immer ging es dabei vor allem um die Presse. Und diese Auseinandersetzungen lassen sich weiter zurückverfolgen über Metternich und das Zensursystem der Restaurationszeit bis in die Anfänge des publizistischen Druckwesens in der Luther-Zeit. Die unterschiedliche Sicht auf die Wirklichkeit wurde mit dem Begriff der Tendenz bezeichnet, also der Parteilichkeit der Sichtweise.

Der Nationalsozialismus betrieb mit seinen Medien einen Machtkampf ohne Gleichen, die Bezeichnung „Tendenzberichterstattung“ war viel zu schwach für das, was er an Propaganda produzierte.

Er betrieb die Durchsetzung der eigenen politischen Auffassung mit grellen Verzerrungen und Verleumdungen sowie mit direkten Verfolgungen von politischen Gegnern sowie Minderheiten. Diese Verleumdungen und Verfälschungen traten an die Stelle einer faktenorientierten Aufklärung von Sachverhalten. Das Wort der „Lügenpresse“ wurde gegen die republikanischen Medien gewendet, verband sich mit dem Hass gegen alles, was demokratisch war und was als nicht deutsch, als nicht völkisch verstanden wurde. Mit manipulativen Mitteln sowie durch den aggressiv vorgetragenen Vorwurf, die anderen seien die Manipulateure, die fremd seien und das deutsche Volk in den Untergang treiben würden, wurde die eigene Manipulation verdeckt.

Hier sind Grundpositionen entstanden, die über das Ende des Zweiten Weltkriegs hinaus fortbestand hatten und die in einer diffusen Form auch heute noch die Basis bilden für die Vorwürfe gegenüber den Medien. Man darf ja nicht vergessen, dass es in der Bundesrepublik von den 1950er Jahren bis in die 1980er Jahren hinein eine – wenn auch seit den 1970er Jahren schwindende – Presse der Rechten gegeben hat, die auf ein Kontinuum fortdauernder reaktionärer und fremdenfeindlicher Auffassungen in der bundesdeutschen Bevölkerung setzen konnte. Die NPD-Presse, nur ein Beispiel, die kriegsverherrlichenden Hefte des „Landsers“ und andere rechtsgerichtete Publikationen führten zu einer jahrzehntelangen Tradierung des rechten Gedankenguts mit seinen völkischen und rassistischen Auffassungen bis in die Gegenwart. Diese Positionen standen und stehen gegen eine weltoffene und liberale Gesellschaft und für eine ethnisch homogene, in sich abgeschlossene Gemeinschaft.

Objektivitäts- und Neutralitätsbehauptung der öffentlich-rechtlichen Medien

Der Glaube an die Notwendigkeit machtpolitisch neutraler Medien nach 1945 gründete sich wesentlich auf die Schaffung einer unabhängigen, faktenbezogenen Presse und die Konstruktion der öffentlich-rechtlichen Rundfunkmedien. Dessen besondere Konstruktion vor allem der Staatsferne sollte die Unabhängigkeit der Berichterstattung sichern – und hat es seit den Anfängen der kritischen Berichterstattung in dem von den Briten geschaffenen Norddeutschen Rundfunk 1945/46 – bei allen Kontroversen und Versuchen der Einflussnahme – auch getan.

Beim Fernsehen kam hinzu, dass in der audiovisuellen Berichterstattung immer durch die fotografisch-filmischen Bilder ein Wahrheitsanspruch des Gezeigten behauptet wurde – und dieser auch jahrzehntelang mehrheitlich so gesehen wurde. Denn Bildern wurde eine Evidenz im Gezeigten zugesprochen: Man konnte doch sehen, was geschah. Zwar konnten auch fotografische Bilder schon immer manipuliert werden, ihre Veränderbarkeit hat aber erst in den letzten zwanzig Jahren durch die Digitalisierung derart zugenommen, dass die Fälschungen kaum noch erkennbar sind.

Ein kritisches Fragen ist deshalb hier nicht nur berechtigt, sondern auch notwendig. Eine zu erlernende und zu pflegende Medienkompetenz wird deshalb schon seit den 1970er Jahren in Deutschland gefordert, die eben auch Zweifel an dem Berichteten kultivieren soll. Doch sie bedeutet kein dumpfes Misstrauen, sondern meint eine kritische Informationsbereitschaft, sich auf vielfältige Weise über die Welt zu informieren und offen mit Widersprüchen umzugehen. Sie setzt auf einen rationalen Umgang mit den Medien.

Die Gefährdungen der unabhängigen Medien bestehen jedoch darin, dass die öffentlich-rechtlichen Medien eingebettet sind in einen gewachsenen kommerziellen Kontext und der Markteinfluss auch in den öffentlich-rechtlichen Medien mit seiner Ausrichtung auf das schnelle sensationsorientierte Präsentieren von Meldungen zugenommen hat. Oft übernehmen die Qualitätsmedien zu schnell irgendwelche Nachrichten, ohne sie hinreichend überprüft zu haben, nur damit sie damit als Erste auf dem Nachrichtenmarkt sind. Beschleunigt durch die digitalen Netzwerke hat sich das Tempo der Nachrichtengebung gesteigert, ist die abgewogene Berichterstattung gefährdet.

Soweit eine historisierende Sicht auf das Glaubwürdigkeitsproblem.

Der systematische Blick: Medien als Dazwischen – Die Zeichen sind nicht die Realität, für die sie stehen

Nun zu einem systematischen Blick. Medien stehen, wie schon ihr Name sagt, zwischen der berichteten Wirklichkeit und dem Mediennutzer als Adressaten der Berichte. Ein Medium ist das, was in der Mitte steht. Es ist das Vermittelnde, aber auch zugleich das Trennende. Die Differenz zwischen der Wirklichkeit und dem Bericht über sie ist unaufhebbar. Der sprachliche Bericht, aber auch die visuelle und audiophone Darstellung sind etwas grundlegend anderes als die Wirklichkeit mit ihren vielgestaltigen Erscheinungen. Das ist zwar selbstverständlich, aber doch nicht so, dass es als Grundeinsicht auch die Wahrnehmung der Medien bestimmt.

Wenn der Mediennutzer die Berichte von den Ereignissen der Welt liest, hat er in der Regel keinen unmittelbaren Zugang zu diesen. Sein Bild von der Welt ist heute vor allem durch die Medien geprägt, und das von Kindheit an. Der Mediennutzer vertraut den Medien dort, wo ihre Darstellungen für ihn plausibel sind (nicht unbedingt als wahr, sondern als wahrscheinlich gelten können).

Ob der Mediennutzer den Medien glaubt, hängt aber wesentlich von seinen eigenen Dispositionen ab und ob die Medienberichte seinen sonst in seinem eigenen Leben erfahrenen Auffassungen und Meinungen entsprechen. Diese hat er in seinem alltäglichen Leben als brauchbar und nützlich erfahren. Berichten die Medien Abweichendes, muss der Mediennutzer sich damit auseinandersetzen, um beides – seine Alltagsmeinungen und die Medienmeinungen – in Übereinstimmung zu bringen. Dies kann zu einem Lernprozess führen, in dem der Nutzer seine eigenen Meinungen korrigiert. In der Regel geschieht jedoch das Gegenteil – er glaubt der Medienmeinung nicht und hält sie für falsch.

Es entsteht das, was die Kommunikationstheorie mit dem amerikanischen Kommunikationswissenschaftler Leon Festinger schon in den 1950er Jahren als *Kognitive Dissonanz* beschrieben hat⁷ und was die systematische Grundlage des Glaubwürdigkeitsverlustes darstellt. Beim Mediennutzer entsteht durch die Differenz von eigener Meinung und Medienmeinung ein „als unangenehm empfundener Gefühlszustand“, der sich darin begründet, „dass ein Mensch mehrere Kognitionen hat – Wahrnehmungen, Gedanken, Meinungen, Einstellungen, Wünsche oder Absichten –, die nicht miteinander vereinbar sind“⁸. Das bestehende Selbstkonzept eines Nutzers wird von den Medienberichten in Frage gestellt und die Herausforderungen werden vom Nutzer zunächst abgewehrt, weil dies die leichtere Übung ist gegenüber dem Ändern seines Selbstkonzeptes.

Die Dissonanztheorie gibt auch Hinweise darauf, wie der Mediennutzer die Differenzen zumeist auflöst: Der Mediennutzer führt sie auf andere Ursachen zurück, z.B. eine Kumpanei zwischen Medien und Staat, auf eine Verschwörung zur Unterdrückung der von ihm geglaub-

⁷ Leon Festinger (2012): *Theorie der Kognitiven Dissonanz*. Unveränderter Nachdruck der Ausgabe von 1978, herausgegeben von Martin Irle. Bern: Huber.

⁸ Abgerufen unter URL: https://de.wikipedia.org/wiki/Kognitive_Dissonanz [Stand vom 14.11.2016].

ten Wahrheit oder zur Leugnung der berichteten Ereignisse oder Weltansichten. Er kann sich selektiv andere Informationen beschaffen, die die Dissonanz in seinem Sinne reduzieren; die auch falsch sein können, aber geglaubt werden, wenn sie seine eigene Auffassung bestätigen.

In den Medien lassen sich für ihn auch immer wieder Beispiele finden, dass Nachrichten falsch sind, dass es Beeinflussungen durch absichtsvoll inszenierte Behauptungen gegeben hat usw. Damit findet ein schon vorhandenes Grundmisstrauen, der Generalverdacht der Manipulation immer wieder neue Nahrung. Nichts ist länger im Gedächtnis der Mediennutzer als der Bericht über eine falsche Meldung, über eine gezielte Manipulation. Etwa die Behauptungen der USA, der Irak besitze ABC-Waffen und setze diese bei seinen Militäreinsätzen ein. Oder die Meldung, die irakischen Soldaten hätten bei ihrem Einmarsch in Kuwait Babys in den Krankenhäusern gegen die Wand geschleudert. Damit sollte damals die Kriegsbereitschaft der amerikanischen Bevölkerung gestärkt werden.

Solche medialen Missbräuche – und oft sind dafür die Medien selbst nicht als Urheber, sondern allenfalls als Mittler zu belangen – bleiben lange im Gedächtnis, auch wenn sie dann entdeckt werden und über sie wiederum in den Medien berichtet wird.

Solch ein Aufdecken zeigt andererseits gerade die eigentliche Konstitution der heutigen Medien: dass sie zwar auf Falschmeldungen hereinfließen können und diese weitergeben, dass sie aber auch ihre Aufdeckung betreiben, und – indem sie die Täuschungen öffentlich anprangern – diese zu einem Skandal machen und damit wieder auf die Gültigkeit von Normen hinweisen. Darin liegt letztlich eine Selbstreinigungskraft der Medien, weil sie damit zeigen, was geht und was nicht.

Was aber sind die Ursachen dieser Dissonanzen, die die Glaubwürdigkeit der Medien tangieren?

Zum einen liegen sie in den unterschiedlichen Weltansichten der Mediennutzer und in dem angesichts einer immer komplexer werdenden Welt mangelhaft vorhandenen Weltwissen. Gegen das Konzept einer weltoffenen Gesellschaft steht die Vorstellung einer in sich weitgehend geschlossenen Gesellschaft mit einer Abwehr alles Fremden, das diese Geschlossenheit dadurch zu gefährden scheint, weil es sie als gegeben und erwünscht scheinende Homogenität in Frage stellt. Medien, die ständig von Krisen, notwendigen Veränderungen, von Negativem berichten – das ist letztlich die Grundlage des Nachrichtenwesens (*bad news are good news*) – bedrohen dann die Geschlossenheit dieses Weltbildes.

Zum anderen darin, dass die eigenen Alltagserfahrungen als absolut gesetzt werden und gegenläufige Sichtweisen als für sich selbst nicht als zutreffend erscheinen. Die mediale Rede z.B. vom wirtschaftlichen Aufschwung der letzten Jahre, die in den Medien durch Zahlenwerke (Statistiken) gestützt wird, wird als nicht für die eigene Wirklichkeit zutreffend gehalten. Wenn man sich selbst für benachteiligt gegenüber der Gesellschaft hält, erscheinen die Medien als

diejenigen, die ein falsches Bild der Welt zeichnen. Es handelt sich hier einerseits um eine von einigen Nutzern empfundene Repräsentanzlücke und eine Wahrnehmungsverengung.⁹

Zum Dritten: Ein differenziertes Darstellen der Welt in den Medien wird nicht wahrgenommen, weil es der eigenen Schwarzweiß-Sicht und dem Wunsch nach vereinfachten Darstellungen widerspricht. Vor allem auch, wenn es nicht die eigene Wirklichkeit – und dies im selbst gesehenen Sinne – mit enthält.

Die Öffentlichkeit hat sich verändert

Für die aktuelle Glaubwürdigkeitsdebatte ist jedoch auch entscheidend, dass sich die Öffentlichkeit bzw. die Mediensituation verändert hat. Neu zu den redaktionell organisierten Medien sind die digitalen Netzwerke im Internet hinzugekommen. Es ist jetzt sehr viel leichter, Meinungen direkt ins Netz zu stellen und damit öffentlich zu machen, ebenso Politiker zu kritisieren und zu beschimpfen, auf Medienberichte zu reagieren und diese damit den jeweiligen Netzgemeinden sofort zugänglich zu machen. Die Hemmschwellen, auch wüste Beleidigungen öffentlich zu machen, sind stark gesunken. Und es gibt keine redaktionellen Filter; die Regulierungen der großen Anbieter wie Facebook, Twitter u.a. sind mehr als unzureichend.

Gleichzeitig ist das Bestreben vieler Menschen gestiegen, sich nicht mit den zahlreichen Widersprüchen der Welt zu beschäftigen, sondern sich in den medialen Netzwerken so zu bewegen, dass man selbst nur Bestätigungen findet. Viele suchen deshalb die geschlossenen Räume in den Netzwerken auf, in bestimmten Blogs, Chats u.a., die eben – wie es neuerdings heißt – als bloße „Echokammern“ funktionieren, wobei es diese „Echokammern“ in den unterschiedlichsten Zusammenhängen gibt. Hier schallt ihnen dann nur das Echo ihrer eigenen Weltanschauung entgegen, alle Abweichungen bleiben ausgeblendet, die Hermetik führt dazu, dass die offene, globalisierte Welt als bedrohlich, als fremd erscheint und abgewehrt wird.

Es gibt aber auch bei den institutionellen Medien ein Problem, und zwar ein strukturelles: Sie reagieren inzwischen oft viel zu schnell und scheinbar ohne weiteres Nachdenken auf Meldungen in den sozialen Diensten. Dadurch werden Hasstiraden und Polemiken wiederum aufgewertet, weil sie auch in den institutionellen Medien erscheinen. Jedem Hype wird nachgelauert.

Wie ist die Glaubwürdigkeit wiederzugewinnen?

Inzwischen gibt es von Medienpraktikern und -wissenschaftlern unterschiedliche Ratschläge, wie die Medien ihre verlorene Glaubwürdigkeit wiedergewinnen können. Der ehemalige Chefredakteur des Mediendienstes epd medien und Direktor des Grimme-Instituts Uwe Kammann hat vor einiger Zeit in einem Gutachten vorgeschlagen, die Glaubwürdigkeit der Medien dadurch zu erhöhen,

⁹ Uwe Kammann, siehe Fußnote 1, S. 21.

- 1) dass sie die Qualität der journalistischen Angebote steigern,
- 2) dass sich die „klassischen“ Medien stärker mit eigenen sozialen Medien verbinden und über eigene „hochqualifizierte“ Angebote in den sozialen Diensten eine „enge Rückkoppelung an das Publikum“ ermöglichen, – so wie es Martin Blumenau als durch sie betriebene „Emotionalisierung der Kommunikation auf anderem Level“ bezeichnet hat.
- 3) dass sie stärker „Perspektiven jenseits des Mainstreams“ einnehmen, um „dem Verdacht der Voreingenommenheit vorzubeugen“,
- 4) dass sie mehr Formate eines institutionellen Pro und Contras einrichten, mehr „Sektoren für Korrekturen“ und „Faktenchecks“ einsetzen, mehr Formen des Erwiderns und Diskutierens schaffen,
- 5) und dass sie ein stärkeres Bekenntnis zu seriösen und differenzierten Darstellungsformen abgeben und eine größtmögliche Transparenz über die eigenen Unternehmen und ihre Finanzierung liefern, um damit den Verdacht der Kumpanei mit anderen zu zerstreuen.

Neben weiteren Vorschlägen fordert er ebenso wie der Tübinger Medienwissenschaftler Bernd Pörksen eine Entschleunigung in der Berichterstattung und eine gründlichere Recherche bei der Überprüfung der zu bringenden Meldungen. Nicht jedes Pegida-Plakat muss in die Fernseh-Tagesschau, nicht jede Hass-Nachricht in den redaktionellen Medien auftauchen und kommentiert werden.

Entschleunigung bedeutet weniger Schnelligkeit im Nachjagen der negativen Ereignisse. Denn die Beschleunigung der Nachrichtengebung wird als Reflex auf den Markt verstanden. Deshalb: die Medien als Marktgeschehen zu verstehen, widerspreche den gesellschaftlichen Erfordernissen.

Ich zweifle, ob diese Maßnahmen, die alle sehr löblich und teilweise auch wünschenswert sind, das Misstrauen an den Medien wesentlich beseitigen werden.

Denn die Qualitätsmedien fordern bei neuen Meldungen schon jetzt immer eine zweite Quelle, wollen eine Bestätigung von anderer Stelle haben. Doch verbesserte Recherchen und mehrfache Überprüfungen von Fakten werden von den Mediennutzern häufig nicht bemerkt.

Wichtiger für den Zweifel an den journalistischen Verbesserungsvorschlägen ist jedoch, dass diejenigen, die den Medien misstrauen, die Medien, die sie attackieren, in aller Regel selbst kaum nutzen. Das bedeutet, dass die Veränderungen also wenig bewirken werden. Und wenn, dann werden sie von den Misstrauenden wohl doch nur als neue trickreiche Variante der Manipulation verstanden.

Die Misstrauenden werden weiterhin in dem geschlossenen Raum ihrer Vorstellungen und der sie bestätigenden digitalen Netzwerke verbleiben.

Schließlich ist festzuhalten, dass eine gewisse Skepsis an den Medienberichten ja berechtigt ist. Nur diese Skepsis sollte zur eigenen Überprüfung von Behauptungen und Darstellungen führen und nicht zu Hassmeldungen und Verleumdungen verleiten.

Das Misstrauen gegenüber den Medien generell resultiert bei vielen Menschen vor allem aus dem Gefühl der gesellschaftlichen Benachteiligung, aus der Auffassung, zu kurz gekommen zu sein. Diese kann durch eine Änderung der Berichterstattung nicht beseitigt werden. Deswegen werden Medien weiterhin misstrauisch betrachtet. Sie werden stellvertretend für die Politik als Ursache der Benachteiligung genommen. Der Bote muss dafür büßen, dass ihm nicht geglaubt wird.

Die Medien müssen mit diesem Misstrauen also weiterhin leben, Politiker müssen – wie Bernhard Pörksen sagt – den Shitstorm in den Netzwerken aushalten lernen, müssen es – und das scheint mir die einzige Haltung zu sein – gelassen hinnehmen, weil es von ihnen selbst wenig zu ändern ist. Schließlich besitzen sie ja bei zwei Drittel der Bevölkerung immer noch – und dies schon seit längerem – eine hohe Glaubwürdigkeit.

II. Glaubwürdigkeit, Plausibilität, Authentizität: Exemplarische Arenen

Fake News im Staatsfernsehen: Russlands Informationskrieg und seine Folgen

Eva Binder

Zusammenfassung

Während der Ukrainekrise 2014 wurde in den staatlich gelenkten russischen Medien, insbesondere im Fernsehen, ein Informationskrieg ausgerufen. Während die Gegner seither gewechselt haben – zunächst waren es die Ukraine und Amerika bzw. der Westen, dann die Türkei und das angesichts der Flüchtlingskrise ohnmächtige Europa –, sind die Strategien die gleichen geblieben. Fake News sind zu einem festen Bestandteil dieses Informationskrieges geworden. Im Folgenden wird diskutiert, wie diese Fake News gestaltet sind, welche Wirkung sie entfalten können und welche Konsequenzen für die mediale Informationsvermittlung innerhalb und außerhalb Russlands damit verbunden sind.

Einleitung

Ende des Jahres 2014 präsentierte das Medienmagazin *Zapp* des NDR eine für die öffentlich-rechtlichen Medienanstalten in Deutschland beunruhigende Umfrage. Diese ergab, dass 63 Prozent der Deutschen wenig oder gar kein Vertrauen in die Ukraine-Berichterstattung haben. Die Berichterstattung sei einseitig, nicht objektiv, entspreche nicht der Realität. Fast jeder fünfte derjenigen, die wenig oder gar kein Vertrauen in die Ukraine-Berichterstattung zeigten, glaubte an bewusst gesteuerte Fehlinformation durch die deutschen Medien (vgl. „Zapp“ 2014).

Anfang des Jahres 2014 wurde in Russland eine mediale Propaganda-Kampagne gestartet, die eine Reaktion auf die von November 2013 bis Februar 2014 andauernden Proteste auf dem Kiewer Majdan darstellte. Austragungsort dieses medialen Informationskrieges war in erster Linie das russische Staatsfernsehen. Dabei wurde Information in einem umfassenden Ausmaß manipuliert, und die Bandbreite reichte von einer äußerst einseitigen, tendenziellen Berichterstattung über gezielt eingesetzte emotionale Effekte bis hin zu Fake News. Während kritische Beobachter in Russland bereits 2014 von einer massiven psychischen Gewalteinwirkung auf die russischen Rezipientinnen und Rezipienten warnten (vgl. insbes. Petranovskaja 2014), schenkte man diesem Phänomen in Europa zunächst nicht allzu viel Beachtung. Erst durch den sogenannten ‚Fall Lisa‘ im Januar 2016 wurde man auch in Deutschland auf die Formen und Ausmaße dieser neuen Art der Kriegsführung vonseiten Russlands aufmerksam. Zudem machte der ‚Fall Lisa‘ deutlich, dass die europäischen Gesellschaften von der Medienpolitik, die in Russland seit der Ukraine-Krise verfolgt wird, wesentlich stärker betroffen waren und sind, als dies zunächst scheinen mochte.

Im Folgenden wird es daher darum gehen, die Zusammenhänge aufzuzeigen, die sich zwischen dem eingangs konstatierten sinkenden Vertrauen in die deutschen bzw. europäischen Medien und dem russischen Informationskrieg herstellen lassen. Unter Bezugnahme auf den herausragenden Stellenwert, den das Fernsehen für die Menschen in Russland bis heute hat, werde ich die Propaganda-Kampagne während der Ukraine Krise – ihre Funktionsweisen und Konsequenzen für die mediale Informationsvermittlung – skizzieren. Als anschauliches und gleichzeitig drastisches Beispiel dafür wird eine vom *Ersten Kanal* in den Hauptabendnachrichten lancierte Falschmeldung dienen: die Geschichte des von der ukrainischen Armee angeblich gekreuzigten Jungen, die sich Anfang Juli 2014 in der ukrainischen Stadt Slowjansk¹ zugetragen haben soll. Das Interview mit der Frau, die das Verbrechen gesehen haben will, wirft folgende Fragen auf: Wie ist eine derartige Falschmeldung in den russischen Hauptabendnachrichten überhaupt möglich? Wie kann widerlegt werden, was hier als tatsächlich geschehen behauptet wird? Was wird mit derartigen Fake News bezweckt und welche Auswirkungen haben diese auf die mediale Informationsvermittlung insgesamt? Anhand des zweiten in diesem Beitrag diskutierten Fallbeispiels, dem sich in Berlin zugetragenen ‚Fall Lisa‘, soll schließlich gezeigt werden, dass Russlands Informationskrieg nicht nur in Russland und der Ukraine ausgetragen wird, sondern wesentlich breiter angelegt ist.

Die Medienpolitik des Kreml und das Fernsehen

Das Fernsehen ist für die Menschen in Russland nach wie vor die Hauptinformationsquelle, obwohl die Zahl der Internet-User im letzten Jahrzehnt rasant angestiegen ist.² Die drei größten staatlichen Sender *Pervyj Kanal* (Erster Kanal), *Rossija* und NTV können landesweit empfangen werden und erreichen 99, 95 bzw. 75 % der Einwohner Russlands (vgl. Reporter ohne Grenzen 2013, S. 10). Im Sommer 2014 und somit am Höhepunkt der Ukraine Krise gaben laut einer Umfrage der *Stiftung öffentliche Meinung (FOM)* über 80% der Befragten an, sie würden ihre Informationen über den Konflikt in der Ukraine aus dem Fernsehen beziehen (vgl. Die Russland-Ukraine-Krise in russischen Umfragen 2014, S. 6). Die führende Position des Fernsehens ist zum Teil das Resultat des ökonomischen und sozialen Transformationsprozesses nach dem Ende der Sowjetunion, der einen Niedergang des Printsektors mit sich brachte. Während sich die flächendeckende Distribution von Zeitungen in dem riesigen Land, das sich über 11 Zeitzonen erstreckt, unter kapitalistischen Bedingungen als unmöglich erwies, war das noch zu Sowjetzeiten aufgebaute TV-Übertragungsnetz intakt geblieben und praktisch jeder Haushalt verfügte in den 1990er Jahren über ein Fernsehgerät.

¹ In diesem Beitrag werden geographische Bezeichnungen nach der üblichen deutschen Transkription wiedergegeben (Slowjansk und nicht Slovjans'k). Für Personen- und Familiennamen, Titel und Institutionen sowie für russische Wörter wird dagegen die wissenschaftliche Transliteration verwendet.

² So erreichte Russland im Jahr 2012, gemessen an der Gesamtzahl der über 60 Millionen Internet-User, erstmals den ersten Rang in Europa. Aktuelle Statistiken zur Internet-Nutzung in Russland vgl. „Količestvo pol'zovatelej interneta v Rossii“ (2017).

Aufgrund der hohen Reichweite war das Fernsehen auch jenes Medium, auf das die Putin-Administration von Anfang an setzte. Dabei ging es darum, die größten, landesweit empfangbaren Sender, die nach dem Ende der Sowjetunion zum Teil privatisiert worden oder, wie der Sender NTV, überhaupt in privater Hand waren, wieder direkt dem Staat oder regierungsfreundlichen Oligarchen und Konzernen zu überantworten. In den Jahren 2000/2001 beginnt daher eine „systematische[n] Gleichschaltung des russischen Fernsehens“ (vgl. Reporter ohne Grenzen 2013, S. 14) – mit jenen drastischen Folgen, die während der Ukraine Krise 2014 überdeutlich sichtbar wurden. So wurden die beiden Medienmogule Boris Berezovskij, der die Aktienmehrheit am damaligen Sender ORT (der heutige *Erste Kanal*) hielt, und Vladimir Gusinskij, der im Besitz des regierungskritischen privaten Senders NTV war, entmachtet und beide verließen das Land. Gleichzeitig wurde der nach dem Ende der Sowjetunion staatlich gebliebene zweitgrößte Sender, der heutige Kanal *Rossija* (ehemals RTR), zu einem landesweiten Netzwerk mit 80 regionalen Studios ausgebaut (vgl. Reporter ohne Grenzen 2013, S. 14). Damit kann der Kreml die Verbreitung politischer Nachrichten sowie von politischen und gesellschaftlichen Stimmungen über die wichtigsten Fernsehkanäle heute nahezu monopolartig kontrollieren.

Abgesehen von der politischen Einflussnahme auf die Medien im eigenen Land wurde 2005 der auf ein internationales Publikum ausgerichtete Fernsehsender *Russia Today* (RT) gegründet und in den vergangenen Jahren zu einer umfassenden Online-Plattform ausgebaut, auf der Informationen auf Englisch, Russisch, Arabisch, Deutsch, Spanisch und Französisch präsentiert werden. RT produziert verschiedene audiovisuelle Informationsformate in diesen Sprachen und verfügt weiters über eine russisch-englische Dokumentationen-Plattform (RTDoc) sowie über die Videonews-Agency RUPTLEY. Das Zielpublikum sind Menschen, die sich quasi alternativ zu den westlichen Medien informieren wollen. Mit – nach eigenen Angaben – 700 Millionen Rezipientinnen und Rezipienten in über 100 Ländern und einer Milliarde Klicks 2013 auf Youtube (vgl. Pörzgen 2014, S. 66) kann die ursprüngliche Intention, nach dem Ende der Sowjetunion international wieder mit einer eigenen Perspektive präsent zu sein, jedenfalls als erfolgreich verwirklicht betrachtet werden.

Der russische Informationskrieg während der Ukraine Krise

Im März 2014 ging das Schlagwort des ‚Informationskrieges‘ (informacionnaja vojna) durch die russischen Medien. Es wurde lautstark u.a. von Dmitrij Kiselev artikuliert, dem Generaldirektor der damals neu gegründeten Nachrichtenagentur *Rossija Segodnja* und Moderator des Wochennachrichtenformats *Vesti nedeli* auf *Rossija 1*. Die Autoren einer einschlägigen russischen Publikation zum Thema definieren ‚Informationskrieg‘ als Zuspitzung der massenmediale Manipulation in Form „hoch konzentrierter Propaganda-Kampagnen, die darauf abzielen, ein Feindbild zu schaffen und die eigene Bevölkerung davon zu überzeugen, dass das, wofür die Regierung kämpft, richtig ist“ (Barabaš et al. 2015, S. 10). So gesehen entsprechen der Begriff und seine aktuelle Verwendung in Russland dem, was in amerikanischen bzw. westlichen Kontexten meist als psychologische Kriegsführung bezeichnet wird und wofür es in der Geschichte des 20. Jahrhunderts hinreichend Beispiele gibt.

Das von der russischen Präsidialadministration gesteuerte Informationsmanagement im Bereich des russischen Staatsfernsehens funktioniert über eine bereits vor der Ukrainekrise eingespielte Praxis der politischen Einflussnahme auf die Massenmedien. Wie von Sergey Medvedev (2015) beschrieben, unterhalten die in der Präsidialadministration zuständigen Verantwortlichen persönliche Kontakte zu den Leitern und den Chefredakteuren der wichtigsten Medien. Unter Vladislav Surkov als stellvertretenden Leiter der Präsidialadministration gab es die sogenannten „Freitagstreffen“ mit höchstverantwortlichen Medienvertretern. Eine direkte Einflussnahme auf die Agenda erfolgt v.a. über die sogenannten „Temniki“, in etwa Themenpläne der Woche, die an die Redaktionsleitungen der Fernsehsender ergehen. Es gibt einen überschaubaren, ausgewählten Kreis von Expertinnen und Experten, die von einem Sender zum nächsten wandern.³ Weiters gibt es eine inoffizielle „schwarze Liste“ von Oppositionellen und Regierungskritikern, die im Fernsehen nicht zu sehen sind oder in Fernsehdokumentationen diffamiert werden. Ein weiterer zentraler Faktor und wichtiger Garant für das Funktionieren des Systems ist die Selbstzensur der Journalistinnen und Journalisten.

Welche Zuspitzung diese Praxis der politischen Einflussnahme durch den ausgerufenen Informationskrieg 2014 erfuhr, geht aus Schilderungen von Fernsehmitarbeitern hervor, die auf der russischen Website *Colta.ru* veröffentlicht wurden. So schildert ein ehemaliger Angestellter der Allrussischen Staatlichen Fernseh- und Radiogesellschaft WGTRK die Abläufe während der Ukrainekrise folgendermaßen:

Alle heiklen Fragen wurden im engsten Kreis besprochen und nicht auf den großen Redaktionskonferenzen mit 25–30 Resort- und Abteilungsleitern. Nach den Freitags-Briefings im Kreml kamen die Chefs zurück in die Sender, holten ihre engsten Vertrauten zusammen und hielten Besprechungen ab, zu zweit oder dritt. Sie legten die Kernthemen fest. Dann wurde alles nach unten weitergegeben. Die Politik im Sender war völlig undurchschaubar [...] alles lief extrem verschlossen ab, keinerlei offene Diskussionen.

„Junta“, „Ukropy“ oder „Banderowzy“: Diese Begriffe sollten die Moderatoren benutzen – die, die vor der Kamera stehen. Extra für sie wurden solche Formulierungen bei den Treffen im engen Kreis zurechtgeschnitzt. (Sidorow 2015)

Rezeptionsseitig lässt sich festhalten, dass das Fernsehpublikum während der Ukrainekrise mit einem Set an propagandistischen Narrativen sowie mit einer aggressiven Freund-Feind-Rhetorik in Informationssendungen wie auch Unterhaltungsprogrammen (z.B. Talkshows) konfrontiert wurde. Dabei appellierte man bevorzugt an historische Feindbilder und Ereignisse. So

³ Die im russischen Staatsfernsehen zu sehenden europäischen Experten stehen häufig rechtspopulistischen Parteien nahe. Erhalten beispielsweise Österreicher einen Auftritt, dann ist die Wahrscheinlichkeit groß, dass es sich dabei um FPÖ-nahe Interviewpartner handelt, wie das Beispiel des Linzers Felix Müller zeigt, der in einem Nachrichtenbeitrag des *Ersten Kanal* vom 6. September 2015 mit der These auftrat, dass die USA in die illegale Migration von Flüchtlingen aus Afrika und dem Nahen Osten nach Europa involviert seien; vgl. dazu die Ausführungen von Höller (2016) sowie den Nachrichtenbeitrag selbst, abzurufen unter URL: https://www.1tv.ru/news/2015/09/06/11685-evropeyskie_politiki_sporyat_o_sposobah_vyhoda_iz_migratsionnogo_krizisa [Stand vom 15.02.2017].

wurden vermeintliche Gegner als „Banderowzy“ (i.e. Anhänger des ukrainischen Nationalisten Stepan Bandera), als „Faschisten“, „National-Verräter“ oder auch als „fünfte Kolonne“ (d.h. als innere Feinde – der Ausdruck geht auf den spanischen Bürgerkrieg zurück) diffamiert. Die Protestbewegung am Kiewer Majdan, die laut russischem Propagandadiskurs maßgeblich vom Westen mitfinanziert und mitorganisiert wurde, hätte mit einem „verfassungswidrigen Umsturz“ der Janukovyč-Regierung geendet. Damit sei in Kiew eine „faschistische Junta“ an die Macht gekommen, die die russischsprachige Minderheit im Lande bedrohe.⁴

Stellt man nun die Frage, gegen wen Russland den ausgerufenen Informationskrieg führt, so wird deutlich, dass es sich dabei um weit mehr als eine „hoch konzentrierte Propaganda-Kampagne“ zur Manipulation der eigenen Bevölkerung handelt. Wie u.a. der ukrainische Journalist Jevhen Fedčenko (2016), Mitbegründer der ukrainischen Website *StopFake*, darlegt, sind die aktiven massenmedialen Maßnahmen als Teil einer übergeordneten Militärstrategie zu verstehen und würden im hybriden Krieg, den Russland in der Ostukraine seit 2014 führt, unmittelbar zum Einsatz kommen (vgl. Fedchenko 2016). So ist Russlands Informationskrieg überall dort besonders wirksam, wo russischsprachige Menschen leben und die russische massenmediale Berichterstattung rezipieren. Das trifft in hohem Maße auf die Bevölkerung der Ukraine zu, weiters jedoch auch auf alle anderen europäischen Länder mit russischsprachigen Bevölkerungsanteilen. Dazu gehören insbesondere die baltischen Länder Lettland, Estland und Litauen, aber beispielsweise auch Deutschland⁵. Teil der aktiven Maßnahmen im Sinne einer politischen und militärischen Strategie sind darüber hinaus die sogenannten ‚Trolle‘, die seit 2014 westliche Medien mit russlandfreundlichen Kommentaren übersäen.⁶

⁴ Dabei fand auch immer wieder der Begriff des ‚Genozid‘, der der russischsprachigen Bevölkerung in der Ukraine drohe, Verwendung. Dieser Rhetorik bediente sich auch Vladimir Putin selbst und sprach wiederholt von einem Genozid, so auch noch ein Jahr später, am 25.02.2015 bei einer Pressekonferenz, in der er die von Kiew gestoppten Gaslieferungen in das Donbass-Gebiet verurteilte; vgl. <https://www.youtube.com/watch?v=bWqaLITj54g> [Stand vom 15.02.2017].

⁵ Die größte Gruppe innerhalb der russischsprachigen Community in Deutschland bilden die sogenannten Spätaussiedler mit über 2 Millionen Menschen, die seit den 1990er Jahren aus dem Territorium der ehemaligen Sowjetunion nach Deutschland gekommen sind.

⁶ Lange bevor man das Phänomen im Westen zu diskutieren begann, berichtete am 7. September 2013 die unabhängige russische Zeitung *Novaja gazeta* von der Existenz einer *Agentur zur Erforschung des Internets* (*Agentstvo internet-issledovanij*) in Moskau und St. Petersburg, die die Trolle rekrutiere (vgl. Garmažapova 2013).

Die Falschmeldung des gekreuzigten Jungen

Um propagandistische Aussagen wirksam zu transportieren, bedarf es nicht nur einer überzeugenden argumentativen Darlegung, sondern auch einer gezielten Emotionalisierung der Rezipientinnen und Rezipienten. In der Propaganda-Kampagne des Jahres 2014 kamen emotionale Effekte daher sowohl auf der formalen als auch auf der inhaltlichen Ebene verstärkt zum Einsatz. So zeichnet sich die Nachrichtenberichterstattung über die Ukraine Krise formal durch eine erhöhte Schnittfrequenz, durch ausgeprägte Handkamera-Aufnahmen und Kriegsbilder sowie durch einhämmernde Sprecherstimmen aus. Im Frühjahr und Sommer 2014 häuften sich dann inhaltlich ergreifende Geschichten von Kriegsleid und Gräueltaten, die auf eine Schockwirkung abzielten. Meist kursierten sie im Internet, bevor sie von einem Fernsehsender aufgegriffen wurden und sich wenig später als nicht nachweisbar herausstellten. Ende Juni beispielsweise hörte man von Massentötungen durch die ukrainische Nationalgarde im Dorf Saurowka im Gebiet von Donezk. Berichten von Augenzeugen zufolge sollen Menschen bei einem Massaker in Stücke gesägt, die Männer ermordet und die Frauen vergewaltigt worden sein.⁷

Am Samstag, den 12. Juli 2014, lieferte der *Erste Kanal* in den Hauptabendnachrichten seinen eigenen Exklusivbericht dieser Art. Im dritten Beitrag der 21-Uhr-Nachrichtensendung *Vremja* schilderte eine Frau mittleren Alters, die gemeinsam mit ihren Kindern aus dem ukrainischen Kriegsgebiet nach Russland geflohen war, einen Vorfall, den sie eine Woche zuvor in der ukrainischen Stadt Slowjansk beobachtet haben wollte. Die Frau, namentlich genannt als Galina Pyšnjak, berichtete, den Tränen nahe, dass Soldaten der ukrainischen Armee bei ihrem Einmarsch in die Stadt einen dreijährigen Jungen an einer Anschlagtafel vor den Augen seiner Mutter gekreuzigt hätten. Die Schlüsselstelle ihrer Erzählung lautet folgendermaßen:

На площади собрали женщин, потому что мужиков больше нет. Женщины, девочки, старики. И это называется показательная казнь. Взяли ребенка трех лет, мальчика маленького, в трусиках, в футболке, как Иисуса, на доску объявлений прибили. Один прибывал, двое держали. И это все на маминых глазах. Маму держали. И мама смотрела, как ребенок истекает кровью. Крики. Визги. И еще взяли надрезы сделали, чтоб ребенок мучился. Там невозможно было. Люди сознание теряли. А потом, после того как полтора часа ребенок мучился и умер, взяли маму, привязали до танка без сознания и по площади три круга провели.⁸

Auf dem Platz versammelten sie die Frauen, weil es keine Männer mehr gibt. Frauen, Mädchen, Alte. Und das nennt sich öffentliche Hinrichtung. Sie haben

⁷ Vgl. dazu den Beitrag auf der Website *Stopfake.org* mit dem Titel „Fejk: „Sauovskaja reznja“ Nacgvardiej, abrufbar unter: <http://www.stopfake.org/fejk-sauovskaya-reznja-natsgvardiej/> [Stand vom 15.02.2017].

⁸ Auf der Website des *Ersten Kanal* ist dieser Nachrichtenbeitrag, wie alle Nachrichtensendungen der vergangenen Jahre, nach wie vor abrufbar unter: http://www.1tv.ru/news/2014/07/12/37175-bezhenka_iz_slavyanska_vspominaet_kak_pri_ney_kaznili_malenkogo_syna_i_zhenu_opolchentsa [Stand vom 15.02.2017].

einen dreijährigen Buben genommen, einen kleinen Buben, in Unterhosen und T-Shirt, und haben ihn wie Jesus an die Anschlagtafel genagelt. Einer hat die Nägel eingeschlagen, zwei haben den Buben festgehalten. Und das alles vor den Augen der Mutter. Die Mutter haben sie festgehalten. Und sie hat zugeschaut, wie der Bub verblutet ist. Schreie. Kreischen. Sie haben ihn noch zusätzlich aufgeschlitzt, damit er noch mehr leidet. Es war nicht auszuhalten. Die Menschen sind in Ohnmacht gefallen. Und dann, als der Bub nach eineinhalb Stunden qualvoll gestorben ist, haben sie die Mutter genommen, ohnmächtig an den Panzer gebunden und sind drei Mal um den Platz gekreist.⁹

Die unglaubliche Geschichte, die in ihrer drastischen Bildlichkeit und ihrem Assoziationsreichtum kaum zu überbieten ist,¹⁰ löste sofort eine Fülle an Reaktionen in den ukrainischen wie auch unabhängigen russischen Medien aus. So wurde u.a. die Identität der Frau geklärt. Sie wurde als die Ehefrau eines freiwilligen Kämpfers für die Separatistenbewegung im Donbass identifiziert. Selbst kommt sie, wie auch an ihrem Akzent zu hören, aus der Karpatengegend in der Westukraine, wo ihre Eltern zum gegebenen Zeitpunkt immer noch lebten. Diese sollen ukrainischen Journalisten gegenüber ausgesagt haben, ihre Tochter habe das Interview wahrscheinlich für Geld gegeben.¹¹ Dabei ist aber letzten Endes zweitrangig, ob die Frau diese Geschichte selber erfunden hat oder ob sie dazu von russischen Fernsehjournalisten angeleitet wurde. Von weit wichtigerer Bedeutung erscheint dagegen die dem Interview zugrundeliegende journalistische Praxis, die darin besteht, Informationen zu lancieren, ohne sie auf ihren Wahrheitsgehalt hin überprüft zu haben. Diese Praxis wurde zu einem festen Bestandteil der Propaganda-Kampagne des Jahres 2014.

Dass die Geschichte des gekreuzigten Jungen frei erfunden ist, wurde bald nach der Ausstrahlung des Interviews in den unabhängigen russischen Medien deutlich gemacht. Für den Internet-Fernsehsender *Dožd'* (Regen) lieferte der Journalist Timur Olevskij die Schlagzeile „A byl li raspjatyj mal'čik?“ (Gab es denn den gekreuzigten Jungen?),¹² und für die unabhängige Zeitung *Novaja gazeta* postete der Fotokorrespondent Evgenij Fel'dman ein aussagekräftiges Video auf der Website der Zeitung.¹³ Dabei wählten beide Journalisten dieselbe Herangehens-

⁹ Wenn nicht anders vermerkt, stammen die Übersetzungen aus dem Russischen von der Verfasserin.

¹⁰ Neben den biblischen Allusionen ruft die Ermordung des dreijährigen Jungen die Geschichte der jüdischen Ritualmorde in Erinnerung – auf die Ukraine bezogen insbesondere den Fall des Kiewer Juden Menachem Mendel Bejlis, der 1913 in einem Ritualmordprozess für die Tötung eines 12-jährigen Jungen angeklagt wurde.

¹¹ Vgl. der entsprechende Eintrag auf der Website *Stopfake.org* mit dem Titel „Lož': raspjatie v ěfire Pervogo kanala“, abrufbar unter: <http://www.stopfake.org/lozh-raspyatie-v-efire-pervogo-kanala/> [Stand vom 15.02.2017].

¹² Vgl. den Nachrichtenbeitrag auf *Dožd'*, abrufbar unter: https://tvrain.ru/teleshov/here_and_now/a_byl_li_raspjatyj_malchik_timur_olevskij_o_tom_kak_zhurnalisty_spekulirujut_na_detjah_vojny-372407/ [Stand vom 15.02.2017].

¹³ Vgl. das von Fel'dman gedrehte Video auf der Website der *Novaja gazeta*, abrufbar unter: <https://www.novayagazeta.ru/news/2014/07/13/103147-zhiteli-slavyanska-151-o-skandalnom-syuzhete-pervogo-kanala-video> [Stand vom 15.02.2017].

weise, um die Geschichte als Fake zu entlarven: Sie begaben sich direkt an den Ort des Geschehens, in die etwas mehr als 100.000 Einwohner zählende Stadt Slowjansk, und fragten die Menschen dort, was sie eine Woche zuvor, als die ukrainische Armee die Stadt einnahm, an diesem Platz gesehen oder was sie darüber gehört hätten. Dem Interview nach zu schließen handelte es sich ja um eine öffentliche Hinrichtung – mit Menschen, die in Ohnmacht fielen. Um zu bezeugen, dass das Filmmaterial, das Evgenij Fel'dman von dem Platz in Slowjansk und den dort in aller Ruhe sitzenden älteren Frauen aufgenommen hat, authentisch ist, bediente sich der Fotograf eines im Dokumentarfilm erprobten Verfahrens, nämlich der Synchronität von Handkamera-Aufnahme und Off-Kommentar.

Das mit derartigen Falschmeldungen verbundene Hauptproblem besteht jedoch nicht darin, dass sich Fake News nicht glaubwürdig entkräften lassen würden. Es besteht vielmehr in den Bedingungen der digitalen Medienkultur, die mehr denn je eine Gegenwartskultur des Jetzt darstellt und deren Effekte flüchtig sind. Die gezielt lancierte Nachricht wirkt im Moment ihrer Übermittlung. Der Effekt, den sie bei den Rezipientinnen und Rezipienten erzeugen soll, ist ein kurzer emotionaler Schock und damit hat sie ihre Funktion erfüllt. Die nachträglich eingebrachte Widerlegung aber, die noch dazu einer mitunter zeitlich aufwändigen Beweisführung bedarf, erreicht den Großteil der Rezipientinnen und Rezipienten nicht mehr. Aufschlussreich in diesem Zusammenhang erscheint daher auch die Tatsache, dass der *Erste Kanal* erst im Dezember auf das Fake und die damit verbundenen Vorwürfe reagierte. In dem entsprechenden Nachrichtenbeitrag¹⁴ vom 21.12.2014 wurde verlautet, dass es den Journalisten weder damals noch jetzt (d.h. ein halbes Jahr später) möglich wäre, die Geschichte der Frau auf ihren Wahrheitsgehalt hin zu überprüfen, da russische Journalisten für die umkämpften Gebiete in der Ostukraine keine Akkreditierung erhalten würden.

Im russischen Informationskrieg während der Ukraine Krise kristallisierte sich das Nebeneinander verschiedener ‚Wahrheiten‘ und sich widersprechender Aussagen als Prinzip heraus. Durch diesen quasi postmodernen Zugang zur ‚Wirklichkeit‘ unterscheidet sich die heutige Propaganda auch wesentlich von jener während der Sowjetzeit, wie Gleb Pavlovskij, bis 2011 führender Polit-Berater des Kreml, betont: „Even if they [the Soviet propagandists] were lying they took care to prove what they were doing was ‚the truth.‘ Now no one even tries proving the ‚truth.‘ You can just say anything. Create realities“ (zit. nach Pomerantsev & Weiss 2014, S. 9). Dieses Aufheben der Grenzen zwischen Wahrheit und Lüge steht in einem engen Zusammenhang damit, dass die russische Politik heute auf keine Ideologie im Sinne „eine[r] umfassende[n] und ausschließliche[n], sich als einzig mögliche Wahrheit ausgebende[n] Wirklichkeit“ (Arnold 2003, S. 73) mehr zurückgreifen kann. Stattdessen arbeitet man mit einem austauschbaren und

¹⁴ Der Beitrag mit dem Titel „Žurnalisty Pervogo otvečajut na obvinenija vo lži v svjazi s sjužetom pro ubijstvo rebenka v Slavjanske“ ist auf der Website des *Ersten Kanal* abrufbar unter URL: https://www.1tv.ru/news/2014/12/21/31502-zhurnalisty_pervogo_otvechayut_na_obvinenija_vo_lzhi_v_svyazi_s_sjužetom_pro_ubijstvo_rebenka_v_slavyanske [Stand vom 15.02.2017]. An dieser Stelle sei auch auf die Wortwahl in den Titeln der Beiträge verwiesen: Während sich in regierungskritischen Medien meist das Schlagwort des „gekreuzigten Jungen“ findet, ist hier vom „Sujet über den Mord an dem Kind in Slavjansk“ die Rede.

widersprüchlichen Set von ideologischen Bruchstücken und Narrativen. Entsprechend brüchig erscheint das Weltbild, das über die staatlich kontrollierten Medien in Russland vermittelt wird.

Im Unterschied zur sowjetischen (medialen) Wirklichkeit und der damit unmittelbar in Verbindung stehenden Zensur ist heute auch die Angst der politisch Verantwortlichen verschwunden, dass jemand eine andere ‚Wahrheit‘ erfahren könnte. Auf der Videoplattform Youtube, die auch von Russland aus problemlos zugänglich ist, sind die mit dem Fall Galina Pyšnjak verbundenen unterschiedlichen ‚Wahrheiten‘ unbeabsichtigt dokumentiert. So ist nicht nur das Interview mit Galina Pyšnjak, wie es vom *Ersten Kanal* gesendet wurde, abrufbar, sondern auch mehrere ukrainische Nachrichtenbeiträge, die das Ziel verfolgen, das fabrizierte Fake zu entlarven. Gleichzeitig findet sich auf Youtube jedoch auch eine Bearbeitung des Interviews, die vorgibt, Zeugnis für die von der ukrainischen Armee begangenen Kriegsverbrechen ablegen zu wollen.¹⁵

Die Ausweitung des Informationskrieges: Der ‚Fall Lisa‘

Nach der heißen Phase der Ukrainekrise im Jahr 2014 änderten sich im Laufe des Jahres 2015 zwar die Themen, die Art der Nachrichtenberichterstattung und die 2014 entwickelten und erprobten Strategien wurden jedoch beibehalten. Auch beim ‚Fall Lisa‘ setzte man auf die emotionale Wirkung des Sujets (dieses Mal die Vergewaltigung eines 13-jährigen Mädchens) und verhalf ungeprüften Informationen zu einer schnellen Verbreitung über die Massenmedien. Der ‚Fall Lisa‘ demonstrierte aber noch weit mehr: nämlich wie leicht man auch heute über Medien Stimmung machen kann. So wurde der Fall zum Anlass für PEGIDA-Kundgebungen in mehreren deutschen Städten, und die millionenstarke russischsprachige Community in Deutschland wurde gezielt dafür mobilisiert. Auch politisch wurde der Fall instrumentalisiert, als der russische Außenminister Sergej Lavrov von den deutschen Behörden in einer Pressekonferenz Auskunft über das Schicksal „unserer Lisa“ forderte.

Der ‚Fall Lisa‘ ist eng mit der europäischen Flüchtlingskrise des Jahres 2015 verbunden. Das Negativ-Thema, das den russischen Staatsmedien angesichts eines neuen, von der russischen Politik ausgerufenen Ost-West-Konflikts gelegen kam, wurde im russischen Fernsehen nach dem Muster gespielt, dass Europa am Rande des Chaos stehe und von einer Welle von Flüchtlingen, einem Tsunami gleich, überschwemmt werde. Diese und vergleichbare Sprachbilder ließen sich auch problemlos in visuelle Medien übersetzen. So zeigten Fernsehbilder Menschenströme, die sich durch die Landschaft bewegen, oder aggressive Menschenmassen an europäischen Grenzen und auf Bahnhöfen.

Als am 16. Jänner 2016 in den Nachrichten des *Ersten Kanal* der ‚Fall Lisa‘ lanciert wurde, hatte sich in Berlin Folgendes zugetragen: Eine 13-jährige Schülerin namens Lisa war 30 Stunden lang abgängig gewesen. Was in diesen Stunden geschehen war, wurde im Nachrichtenbeitrag von der vermeintlichen Tante des Mädchens wie folgt beschrieben: Das Mädchen wurde

¹⁵ Das emotional gestaltete und seriös wirkende ‚Beweisvideo‘ ist auf Youtube abrufbar unter URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KvZ7PqO5PAg> [Stand vom 15.02.2017].

auf dem Weg zur Schule von einem Mann, der kaum Deutsch sprach und wohl aus dem Nahen Osten¹⁶ stammt, in sein Auto gelockt und dann in eine Wohnung gebracht. Dort wurde sie von drei Männern – vermutlich Migranten oder arabische Flüchtlinge, wie der Nachrichtenbeitrag nahelegte – vergewaltigt. Bereits die Anmoderation des Beitrags gibt vor, in welchem Kontext dieser steht und wie er zu verstehen ist. So rahmt die bekannte Moderatorin des *Ersten Kanal* Ekaterina Andreeva den Vorfall folgendermaßen: „Und es sind Zeugnisse aufgetaucht, dass in Deutschland Migranten begonnen haben, Minderjährige zu vergewaltigen. Die Bürger des Landes sprechen davon, dass die Verbrecher straflos bleiben und dass nun alles erlaubt sei. Über die neue Ordnung in Deutschland eine Reportage von Ivan Blagoj.“¹⁷

Im Nachrichtenbeitrag selbst wird eine an sich schockierende Gewalttat diskursiv einerseits mit dem Migrationsthema und der Flüchtlingskrise und andererseits mit der russischen Kritik am liberalen Europa verknüpft, dem man vorwirft, Migranten gegenüber allzu tolerant zu sein. Der etwas über vier Minuten lange Beitrag bringt diese drei Ebenen alternierend ins Spiel, indem unterschiedliche Filmmaterialien und ‚Quellen‘ montiert werden. Der Beitrag beginnt mit einer Interviewaufnahme, in der Lisas vermeintliche Tante Marina¹⁸ detailliert schildert, was geschehen ist. Daran schließen die Bilder der aufgebrachten russischsprachigen Community auf einer Straße im Berliner Stadtbezirk Marzahn an, wo sich die Tat zugetragen haben soll – mit ausgewählten Interviews, in denen der Schock über die Tat, aber auch die Angst vor Flüchtlingen zum Ausdruck kommt. Den Schlusspunkt dieses Mikrosujets bildet das Interview mit dem vermeintlichen Onkel des Mädchens – Timofej des Namens, der den dritten Diskursstrang eröffnet: Die deutsche Polizei würde die Täter schützen und hätte Druck ausgeübt, damit das Mädchen aussage, sie hätte den sexuellen Kontakt selbst gewollt. Von der Polizei, so der Off-Kommentator, gäbe es bislang keine Stellungnahme.

Auf die Stellungnahmen der Betroffenen folgt, als dramaturgische Steigerung, die Konfrontation mit dem imaginierten Täter. Ein Amateurvideo wird eingeblendet, auf dem aufgrund der Nachtaufnahme kaum mehr als die Umrisse eines Mannes zu sehen sind. Dieser brüstet sich lautstark, mit seinen Freunden gemeinsam eine Jungfrau vergewaltigt zu haben. Die Brücke zum ‚Fall Lisa‘ schlägt der Off-Kommentator: Der aktuelle Vorfall sei, wie diese „neuen Deutschen“, die sich gerade die Sprache angeeignet hätten, demonstrieren würden, kein Einzelfall. Darauf folgt ein Hinweis zur Entstehung des Videos, der einer journalistischen Entblößung und Selbstentlarvung gleichkommt: „Wir wissen nicht, wo und wann dieses Video gedreht wurde

¹⁶ In deutschen Zeitungsberichten wird diese geographische Zuordnung meist mit ‚Südländer‘ wiedergegeben.

¹⁷ Im Original: „И появились свидетельства, что в Германии мигранты начали насилловать несовершеннолетних детей. А граждане страны говорят о безнаказанности и вседозволенности для преступников. О новом порядке, установленном теперь в Германии, репортаж Ивана Благого.“ Der Nachrichtenbeitrag vom 16.01.2016 ist mit Anmoderation auf der Website des *Ersten Kanal* abrufbar unter: https://www.1tv.ru/news/2016/01/16/3330-avstriya_vremennopriostanavlivaet_deystvie_shengenskogo_soglasheniya_iz_za_sluchaev_nasiliya_v_germanii [Stand vom 15.02.2017].

¹⁸ Es ist nicht davon auszugehen, dass Tante und Onkel authentisch sind. Zur Praxis, Laiendarsteller für die Fernsehberichterstattung anzuwerben, vgl. Dobrochotow 2016.

und ob diese Erzählung nicht jemandes ungeheuerlicher Phantasie entsprungen ist.“¹⁹ Abschließend wird das Video den „Hackern der Gruppe *Anonymous*“ zugeordnet, die angeblich dazu aufgerufen hätten, den jungen Mann im Video zu identifizieren.²⁰ Der Beitrag klingt mit einem Kameraschwenk über die bereits gezeigten versammelten Menschen und deren verunsicherte Gesichter aus. Den emotionalen Schlusspunkt setzt der Off-Kommentator selbst:

Но атмосфера страха и недоверия к властям сейчас такая, что нет никаких гарантий, что у узнавшего рука потянется к телефону, а не к чему-то другому. То, что произошло с Лизой, русско-язычная диаспора обещает без последствий не оставить, она намерена добиваться справедливого расследования.

Aber die Atmosphäre der Angst und des Misstrauens der Staatsmacht gegenüber ist derzeit so stark, dass es keine Garantie gibt, dass derjenige, der den Mann erkennt, nicht zum Telefonhörer, sondern nach etwas anderem greift. Die russischsprachige Diaspora aber verspricht, dass das, was mit Lisa geschehen ist, nicht folgenlos bleiben soll – sie fordert eine gerechte Untersuchung ein.

Wie allein schon die verkrümmte Logik dieses abschließenden Statements zeigt, zielt der Nachrichtenbeitrag nicht primär auf Information ab. Vielmehr besteht seine Intention darin, einen Effekt der Überraschung und Betroffenheit zu erzeugen. So erhalten die russischen Zuschauerinnen und Zuschauer, die durch die Ausstrahlung des Beitrags in den Hauptabendnachrichten in erster Linie adressiert werden,²¹ ein vollkommen anderes Bild von Deutschland, als sie es gewohnt sind. Jahrzehntlang durften sich die Sowjetbürgerinnen und -bürger Deutschland gegenüber als Sieger im Zweiten Weltkrieg fühlen. Dann, nach 1991, wurde Deutschland vor allem zu einem Sehnsuchtsort des Wohlstands. Nun aber erscheint Deutschland massiv von einer kulturellen Katastrophe bedroht. Die kulturell fremde muslimische Immigration stellt, so wird suggeriert, eine Gefährdung der eigenen deutschen bzw. europäischen Identität, der eigenen Traditionen dar. Gleichzeitig beschwört der Nachrichtenbeitrag ein Klima der Angst herauf, eine sexuelle Bedrohung durch muslimische Männer, die jede Frau und jedes Mädchen treffen kann.

Den Beitrag einfach als Lüge oder Fake abzutun würde zweifelsohne zu kurz greifen. Vielmehr erzielt er seine Wirkung durch die geschickt eingesetzte und zum Teil sogar offen deklarierte Mischung aus authentisch und inszeniert, tatsächlich geschehen und vermutet, rationalem Ar-

¹⁹ Im Original: „Мы не знаем, где и когда было снято это видео, не был ли этот рассказ чьей-то чудовищной выдумкой.“

²⁰ Abgesehen vom fehlenden Zusammenhang des Videos mit dem aktuellen Vorfall – dieses soll im Netz bereits seit September 2009 kursieren (vgl. Meduza 2016) – erscheint die Zuordnung des Videos zur *Anonymous*-Bewegung höchst unglaubwürdig. Im Beitrag wird jedoch gleichzeitig auf die deutsche Website [facebook.com/Anonymous.Kollektiv](https://www.facebook.com/Anonymous.Kollektiv) verwiesen, die offensichtlich nichts mit der internationalen *Anonymous*-Bewegung zu tun hat. Sie wird als antisemitisch und islamophob eingeschätzt und enthält Verlinkungen zum rechten Medium *Compact* (Website und Zeitschrift).

²¹ Nach der Ausstrahlung des Beitrags im *Ersten Kanal* wurde die Story von anderen russischen Fernsehsendern aufgegriffen und auch von RT Deutschland breitgetreten.

gument und assoziativ erzeugter Scheinlogik. Dass diese hochgradig hybride Form Glaubwürdigkeit erzeugt, hängt nicht zuletzt mit dem gewählten Zeitpunkt zusammen – mit der zeitlichen Lücke, die sich zwischen einem Vorfall oder einer Tat und deren Aufklärung auftut und die hier gezielt ausgenützt wurde. Diese zeitliche Lücke betrug zwei Wochen, denn erst Ende Januar konnte die Berliner Staatsanwaltschaft die Ermittlungsergebnisse bekannt geben.²² Demnach hatte die 13-jährige Lisa wegen schulischer Probleme und aus Angst vor den Eltern einen deutschen Bekannten aufgesucht und dort die 30 Stunden verbracht. Eine Auswertung der Handydaten hatte die Polizei auf diese Spur geführt und der Bekannte sowie dessen Mutter bestätigten dies. Hinweise auf eine Sexualstraftat hatten sich nicht feststellen lassen.

Resümee

Mit dem Präsidentschaftswahlkampf in den USA 2016 fand die aus dem Englischen entlehnte Wortverbindung ‚Fake News‘ Eingang in den allgemeinen deutschen Sprachgebrauch. Vom wesentlich breiter verwendeten ‚Hoax‘ wie auch vom deutschen Begriff der ‚Falschmeldung‘ kann das zum Anglizismus des Jahres 2016 erkorene Wort durch die besondere Nuancierung abgegrenzt werden. So bezeichnen Fake News politisch motivierte, bewusst lancierte Falschmeldungen.²³ In Russland lässt sich dieses Phänomen seit der Ukraine-Krise 2014 beobachten. Dabei ist das Lancieren von Fake News über die Staatsmedien als eine von mehreren Strategien im ausgerufenen Informationskrieg zu interpretieren. Die gewählte Form der Kriegsführung trifft, unabhängig davon, ob gegen die Ukraine, den Westen oder gegen die eigene Bevölkerung gerichtet, in jedem Fall die Medien, denn auf diese Weise wird die Glaubwürdigkeit medialer Informationsvermittlung insgesamt untergraben. „Es lügen doch alle“ oder „Die Wahrheit wird man nie herausfinden“ sind die unausweichlichen Schlüsse, die die Rezipientinnen und Rezipienten aus der Erfahrung mit Fake News früher oder später ziehen. Diese Reaktionen werden, so ist zu vermuten, von den politisch und medial Verantwortlichen in Russland nicht nur in Kauf genommen, sondern sie dürften durchaus beabsichtigt sein.

²² Vgl. dazu u.a. die Meldung vom 29.01.2016 in der *Süddeutschen Zeitung*, abrufbar unter: <http://www.sueddeutsche.de/politik/berlin-marzahn-staatsanwalt-angeblich-vergewaltigtes-maedchen-verbrachte-nacht-bei-freund-1.2840429> [Stand vom 15.02.2017] sowie die Reportage von Markus Wehner (2016), der den ‚Fall Lisa‘ für die *Frankfurter Allgemeine* rekonstruiert hat.

²³ Vgl. die Wortbestimmung durch die Initiative *Anglizismus des Jahres*, abrufbar unter URL: <http://www.anglizismusdesjahres.de/anglizismen-des-jahres/adj-2016/> [Stand vom 15.02.2017].

Literatur

- Arnold, Klaus (2003): Propaganda als ideologische Kommunikation. *Publizistik* 48 (1), S. 63-82.
- Barabaš, Viktor; Bordiugov, Gennadii & Kotelenets, Elena (2015): *Gosudarstvennaja propaganda i informacionnye voiny*. Uchebnoe posobie. Moskva: AIRO-XXI.
- Die Russland-Ukraine-Krise in russischen Umfragen (2014). *Russland-Analysen* 284 (24.10.2014), S. 5-10.
- Dobrochotow, Roman (2016): Aus der Filmfabrik. Abgerufen unter URL: <http://www.dekoder.org/de/article/aus-der-filmfabrik> [Stand vom 15.02.2017].
- Fedchenko, Yevhen (2016): Kremlin Propaganda: Soviet Active Measures by Other Means. Abgerufen unter: http://www.stopfake.org/en/kremlin-propaganda-soviet-active-measures-by-other-means/#_ftn3 [Stand vom 15.02.2017].
- Garmažapova, Aleksandra (2013): Gde život trolli. I kto ich kormit. *Novaja gazet* vom 07.09.2013. Abgerufen unter: <https://www.novayagazeta.ru/articles/2013/09/07/56253-gde-zhivot-trolli-i-kto-ih-kormit> [Stand vom 15.02.2017].
- Höller, Herwig G. (2016): Kremltreu in Linz. *Die Zeit*, 18.01. Abgerufen unter: <http://www.zeit.de/2016/03/info-direkt-magazin-russland> [Stand vom 15.02.2017].
- Količestvo pol'zovatelej interneta v Rossii (2017). Abgerufen unter: http://www.bizhit.ru/index/users_count/0-151 [Stand vom 15.02.2017].
- Medvedev, Sergey (2015): Analyse: Das Fernsehen als Manipulationsmittel im System Putin. Abgerufen unter: <http://www.bpb.de/internationales/europa/russland/205803/analyse-das-fernsehen-als-manipulationsmittel-im-system-putin> [Stand vom 15.02.2017].
- Meduza (2016): Raspjatyj mal'čik, čast' vtoraja. Pervyj kanal pokazal strannyj sjužet ob iznasilovanii nesoveršennoletnej devočki migrantami. *Meduza*, 18.01. Abgerufen unter: <https://meduza.io/feature/2016/01/18/raspyatyj-malchik-chast-vtoraya> [Stand vom 15.02.2017].
- Petranovskaja, Ljudmila (2014): Èto uže ne novosti, a psihologičeskoe nasilie. *Gazeta.ru*, 12.08. Abgerufen unter: http://www.gazeta.ru/lifestyle/style/2014/08/a_6170429.shtml [Stand vom 15.02.2017].
- Pomerantsev, Peter & Weiss, Michael (2014): *The Menace of Unreality. How the Kremlin Weaponizes Information, Culture and Money*. The Institute of Modern Russia, Inc. Abgerufen unter: http://www.interpretermag.com/wp-content/uploads/2014/11/The_Menace_of_Unreality_Final.pdf [Stand vom 15.02.2017].
- Pörzgen, Gemma (2014): „Soft Power“ und Imagepflege aus Moskau. Leichtes Spiel für PR-Offensive. In: *Osteuropa*, 1 (64), S. 63-88.

- Reporter ohne Grenzen (Hg.) (2013): *Der Kreml auf allen Kanälen. Wie der russische Staat das Fernsehen lenkt*. Berlin. Abgerufen unter: https://www.reporter-ohne-grenzen.de/fileadmin/images/Kampagnen/Sotschi/ROG-Russland-Bericht-2013_web.pdf [Stand vom 15.02.2017].
- Sidorow, Dmitri (2015): Die Propagandamacher (Teil 1). Abgerufen unter: <http://www.dekoder.org/de/article/die-propagandamacher-teil-1>.
- Voswinkel, Johannes (2004): Zynismus mit journalistischem Antlitz. Russlands Medien, die Macht und die Ukraine. *Osteuropa*, 5-6, S. 175-191.
- Wehner, Markus (2016): Unser Mädchen Lisa. *Frankfurter Allgemeine*, 31.01. Abgerufen unter: <http://www.faz.net/aktuell/politik/russlands-informationskrieg-hat-angela-merkel-als-ziel-14043618.html> [Stand vom 15.02.2017].
- „Zapp“: Vertrauen der Deutschen in die Medien deutlich gesunken (2014). Abgerufen unter: http://www.ndr.de/der_ndr/presse/mitteilungen/Zapp-Vertrauen-der-Deutschen-in-die-Medien-deutlich-gesunken,pressemeldungndr15188.html [Stand vom 15.02.2017]

Manipulation und Glaubwürdigkeit im Fotojournalismus

Petra Bernhardt

Zusammenfassung

Die Rahmenbedingungen für die Produktion und Verbreitung fotojournalistischer Bilder haben sich durch technische Entwicklungen, steigenden ökonomischen Druck und die Bedeutungszunahme des Internets in der öffentlichen Kommunikation in den letzten Jahren nachhaltig verändert. Die Diskussion um Manipulation und Glaubwürdigkeit im Fotojournalismus ist daher längst nicht mehr auf Fragen nach Möglichkeiten und Grenzen digitaler Bildbearbeitung beschränkt, sondern präsentiert sich vielschichtiger denn je. Fotojournalistische Glaubwürdigkeit ist weniger als eine Frage technischer Möglichkeiten zu verstehen, sondern ist an die Einhaltung professioneller Praktiken und Standards gebunden. Wie sehen diese Praktiken aus? Welche strukturellen Rahmenbedingungen prägen die fotojournalistische Bildproduktion? Und wie könnte bildkompetentes Handeln im Journalismus aussehen, um Manipulationen zu vermeiden und Glaubwürdigkeit zu fördern?

Vorbemerkungen

Selten hat ein Foto in der österreichischen Medienöffentlichkeit so einen Wirbel erzeugt. Als der *Kurier*-Fotograf Jürg Christandl am 3. Juni 2015 eine Demonstration der Freiheitlichen Partei Österreichs (FPÖ) vor einem Asylwerberheim im 3. Wiener Gemeindebezirk fotografiert, kann er noch nicht ahnen, dass eines seiner Fotos tagelange Diskussionen, Spekulationen und Anschuldigungen sowie eine knapp einjährige juristische Auseinandersetzung auslösen wird. Er macht nur seinen Job und fotografiert eine Veranstaltung, bei der etwa zwanzig FPÖ-Sympathisantinnen und Sympathisanten Schilder in die Kamera halten. „NEIN zum Asylantenheim“ ist darauf zu lesen. Als ein kleiner syrischer Junge in Begleitung zweier Erwachsener an der Demonstration vorbeikommt, um in das Gebäude zu gelangen, drückt Christandl auf den Auslöser. Später verbreitet er das Foto über den Kurznachrichtendienst *Twitter* und kommentiert es mit den Worten „FPÖ begrüßt geflüchtete Kinder in Erdberg“ (Abb. 1). Der Tweet wird in den darauffolgenden Stunden und Tagen mehr als tausend Mal geteilt.

FPÖ-Parteichef Heinz Christian Strache bezeichnete das Foto in der Folge sowohl in der *ORF*-Diskussionssendung *Im Zentrum* am 7. Juni 2015 als auch in der *ORF*-Nachrichtensendung *ZIB2* am 10. Juni 2015 als gestellt. Das Kind – so Strache – sei mit einem Fotografen positioniert vorbeigeführt worden. Johann Gudenus, damaliger Klubobmann der Wiener FPÖ, schloss sich den Vorwürfen in einem *Puls4*-Interview an. Der Fotograf Jürg Christandl dementierte Straches Aussagen gegenüber der *Austria Presse Agentur*, was eine Welle medialer Berichterstattung auslöste. Der Chefredakteur der Tageszeitung *Kurier* stellte sich demonstrativ hinter den Fotografen und wies den Manipulationsvorwurf zurück (vgl. Brandstätter 2015). Christandl klagte in der Folge auf Unterlassung, Widerruf der ehrenrührigen und kreditschädigen-

den Behauptungen und auf Veröffentlichung eines Widerrufs (vgl. Mark 2016). Die Klage führte zu einer außergerichtlichen Einigung und einer Spende Straches in der Höhe von 9.000 Euro an die Flüchtlingshilfe. In einem *Facebook*-Eintrag vom 29. April 2016 zog Strache seine Behauptungen mit dem Ausdruck des Bedauerns zurück. Bereits Ende 2015 hatte Johann Gudenus seine Behauptungen zurückgezogen und sich zu einer Spende von 2.500 Euro an die Flüchtlingshilfe des *Roten Kreuzes* verpflichtet.



Abbildung 1: Tweet des Kurier-Fotografen Jürg Christandl am 3. Juni 2015
(Screenshot am 25. Februar 2017, Link zum Tweet
<https://twitter.com/JChristandl/status/606061195947327488>)

Die Diskussion rund um das Foto von Jürg Christandl hat eine für die österreichische Medienöffentlichkeit außergewöhnliche Aufmerksamkeit auf das Thema Glaubwürdigkeit im Fotojournalismus gelenkt. Das liegt nicht zuletzt am Umstand, dass die beiden Politiker mit ihren Aussagen die journalistische Integrität Christandls hinterfragt und damit einen ganzen Berufsstand in Misskredit gebracht haben. Denn der Status fotografischer Bilder als Informationsquelle ist eng an die Frage einer objektiven Wiedergabe von Ereignissen vor der Kamera gebunden (vgl. Schwartz 1992).

Der folgende Beitrag nimmt die Debatte um Manipulation und Glaubwürdigkeit im Fotojournalismus zum Ausgangspunkt einer Beschäftigung mit den folgenden Fragen: Was versteht man unter Manipulation? Welche strukturellen Rahmenbedingungen prägen aktuell die fotojournalistische Bildproduktion? Welche Rahmenbedingungen begünstigen eine tendenziell manipulative Bildverwendung? Und wie könnte ein bildkompetentes Handeln im Journalismus aussehen, um Manipulation zu vermeiden und journalistische Glaubwürdigkeit zu fördern?

Was ist Manipulation?

Im November 2014 veröffentlichte der Fototheoretiker David Campbell im Auftrag der *World Press Photo Academy* die Studie *The Integrity of The Image*, die sich mit aktuellen Praktiken und akzeptierten Standards in Bezug auf die Manipulation von Bildern im Fotojournalismus und in der Dokumentarfotografie beschäftigt (vgl. Campbell 2014). Die Studie basiert auf 45 Interviews mit Medienpraktikerinnen und -praktikern aus 15 verschiedenen Ländern sowie auf der Analyse einschlägiger Fachliteratur. Das zentrale Ergebnis der Studie lautet, dass es de facto einen globalen Konsens zur Frage gibt, was Medienorganisationen unter der Manipulation von Fotos verstehen:

“Manipulation is seen as involving material changes to an image through the addition or subtraction of content, and is always deemed unacceptable for news and documentary pictures. Manipulation is therefore a specific form of processing, where the material change to the image through the addition or subtraction of element(s) is designed to deceive or mislead the reader/viewer.”
(Campbell 2014, S. 2)

Diese Definition verweist auf zwei wesentliche Elemente des Manipulationsbegriffes: zum einen die Fokussierung auf spezifische Genres der Fotografie, nämlich Nachrichten- und Dokumentarfotos, und zum anderen die Fokussierung auf materielle Veränderungen am Bild durch das Hinzufügen oder Weglassen spezifischer Bildelemente in irreführender Absicht. Das heißt, dass die Veränderung des Bildinhalts tabu ist und die Integrität des Bildes als journalistisches Dokument erhalten bleiben muss.

The *Integrity of the Image* gibt auch Auskunft darüber, welche Veränderungen am Bild in der fotojournalistischen Branche als akzeptabel eingeschätzt werden:

“Adjustments (such as limited cropping, dodging and burning, toning, color adjustment, conversion to grayscale) to photographs are accepted. These are usually described in terms of ‘minor’ changes being permitted while ‘excessive’ changes are prohibited. [...] What constitutes a ‘minor’ versus an ‘excessive’ change is necessarily interpretative.” (Campbell 2014, S. 2)

Während Bearbeitungen wie eingeschränkter Beschnitt, Abwedeln und Nachbelichten sowie Farbanpassungen als akzeptabel gelten, sind exzessive Veränderungen untersagt. Die Grenzen zwischen geringfügigen und exzessiven Veränderungen sind fließend und unterliegen von Fall zu Fall einem Interpretationsspielraum. Die zentrale Frage lautet dabei nicht mehr, *ob* ein Foto verändert wurde, sondern *wie* es verändert wurde (vgl. Gürsel 2016, S. 300). Der *World Press Photo Award*, der weltweit wichtigste Preis für Pressefotografie, orientiert sich bei seiner Bewertung an diesen branchenüblichen Standards (vgl. ebd.). Auf der Website des Preises (<https://www.worldpressphoto.org/>) widmet sich eine ausführliche Darstellung der Frage, was im Rahmen des Wettbewerbs als Manipulation zu verstehen ist. Neben den bereits erwähnten materiellen Veränderungen am Bild führt *World Press Photo* außerdem das Verbot eines „staging or reenacting“ an, also eines bewussten Herstellens oder Reinszenierens einer Situation durch die Fotografin oder den Fotografen, die ohne den Eingriff so nicht (oder nicht mehr) stattgefunden hätte.

Die definitorische Verengung des Manipulationsbegriffs auf bestimmte fotografische Genres sowie auf materielle Veränderungen ist symptomatisch für ein branchenübliches Verständnis, das sich hauptsächlich auf das Medium selbst, nicht aber auf die damit verbundenen Praktiken der Bildherstellung, Betextung und Bildverwendung konzentriert. Dieser Umstand ist problematisch, denn er blendet alle weiteren Entscheidungen im Umgang mit Bildern aus (vgl. Büllsbach 2008, S. 110):

„Obwohl beim Produktions- und Veröffentlichungsprozess von Fotos zahlreiche subjektive Entscheidungen getroffen werden, wird die Fotografie oft noch immer als das Objektivität verbürgende Medium angesehen. Fotografen und Bildredakteuren steht jedoch durch Selektion (z.B. von Motiv, Perspektive oder Ausschnitt), Bildgestaltung, Text-Bild-Kombination und Inszenierung eine ganze Palette von Möglichkeiten zur Verfügung, um bewusst die Bildaussage zu steuern.“ (Büllsbach 2008, S. 110)

Die Verengung des Blicks auf das technisch Machbare reicht bei der Diskussion des Themas Manipulation jedoch längst nicht mehr aus (vgl. Büllsbach 2008, S. 109). Das Thema ist vielschichtiger geworden und umfasst auch strukturelle Rahmenbedingungen fotojournalistischer Bildproduktion – von ökonomischen Faktoren bis zu journalistischen Qualitätsstandards (vgl. ebd.). Die Kommunikationswissenschaftlerin Elke Grittmann betont, dass der postulierte Realitätsbezug von Pressefotos sie zunächst unverdächtig erscheinen lasse – ein Trugschluss, denn „[j]ournalistische Fotos sind jedoch stets auch Deutungen dessen, was sie zu zeigen vorgeben.“ (Grittmann 2009, S. 34)

Der Wirklichkeitsbezug eines Fotos wird nicht durch das Medium selbst, „sondern durch Regeln und Konventionen bestimmt, unter welchen Bedingungen ein Bild als Bild der Realität gelten kann“ (Grittmann 2009, S. 35). Der postulierte Realitätsbezug des Journalismus und der damit verbundene Anspruch auf Authentizität wird also vor allem durch professionelle Praktiken gewährleistet (vgl. ebd.). Daher ist es sinnvoll, einen Blick auf jene strukturellen Rahmenbedingungen zu werfen, die die fotojournalistische Bildproduktion und -verbreitung aktuell in besonderem Maße prägen.

Rahmenbedingungen fotojournalistischer Bildproduktion

Pressefotos sind ein wichtiger Bestandteil der visuellen Kultur (Gürsel 2016, S. 11). Sie prägen das politische und historische Bewusstsein einer Gesellschaft und greifen mitunter auch gestaltend in gesellschaftliche Prozesse ein:

“News images perform political and cultural work in the world precisely because they are perceived as truthful, visual facts – facts both in the original sense of things that are made and in the sense of things that provide objective information about the world.” (Gürsel 2016, S. 11)

Die Anthropologin Zeynep Devrim Gürsel, die sich in ihrem Buch *Image Brokers* mit der Funktion von Bildagenturen und -vermittlern unter den Bedingungen globaler Bildzirkulation beschäftigt hat, spricht daher von Nachrichtenbildern als formative Fiktionen („formative fictions“) – „constructed representations that reflect current events yet simultaneously shape ways of imagining the world and political possibilities within it“ (ebd.).

Die Rahmenbedingungen fotojournalistischer Bildproduktion und -verbreitung haben sich in den letzten Jahren durch fototechnische Entwicklungen, steigenden ökonomischen Druck und die Bedeutungszunahme des Internets in der öffentlichen Kommunikation nachhaltig verändert (vgl. Isermann 2015, S. 355). Diese Rahmenbedingungen wirken sich auf die Arbeit von Fotografinnen und Fotografen aus, wie die Dokumentarfotografin Nina Berman plakativ beschreibt:

“Before the great media disruption, photographers were sent out on a story for weeks, sometimes months. The purpose was for the photographer to watch. Quietly, patiently, carefully observing subtle changes in mood, emotion, light, shadow, and through framing and positioning, and trusted relationships with subjects, we were to bring back images that reflected an uncompromised, closely seen reality. Then budgets shrank, three months turned into three weeks, three weeks into three days, three days into three hours and what’s left to shoot? A portrait where posing, lighting, sometimes propping, is now the norm.” (Berman 2015)

Auch Redaktionen sind von den beschriebenen Veränderungsprozessen massiv betroffen. In einem 2008 erschienenen Beitrag über digitale Bildmanipulation und Ethik nannte Alfred Bülesbach Entwicklungen wie die Zunahme an Amateurfotografie in journalistischen Kontexten, die Globalisierung von Bilddatenbanken und den verstärkten Einsatz von *Stock Photography* als potenzielle Gefährdungen fotojournalistischer Qualitätsstandards. Der Trend zur Verwen-

derung von Fotos mit symbolhaften Inhalten finde sich laut Büllesbach in fast allen journalistischen Genres (vgl. Büllesbach 2008, S. 119).

„Anforderung an solche Fotos ist weniger die Abbildung einer konkreten Situation an einem bestimmten Ort zu einer bestimmten Zeit, als vielmehr eine Multifunktionalität.“ (Büllesbach 2008, S. 120)

Dieser Trend hat laut Büllesbach auch Auswirkungen auf den fotojournalistischen Produktionskontext, da „Fotos zur Bebilderung journalistischer Inhalte auf ‚Vorrat‘ produziert“ werden (ebd., 121). Zeynep Devrim Gürsel ergänzt, dass *Content Management Systeme* (CMS) im Online-Journalismus den Einsatz symbolhafter Fotos aus Archiven oder Bildagenturen tendenziell begünstigen, da sie den Einsatz von Bildmaterial vorgeben und oft von Redakteurinnen und Redakteuren unter hohem Zeitdruck bedient werden, die nicht zwingend über einschlägige Bildkompetenzen verfügen (vgl. Bürsel 2016, S. 286). Viele journalistisch relevante Themenbereiche – wie beispielsweise komplexe ökonomische oder politische Sachverhalte – sind abstrakt und schwer zu visualisieren (vgl. ebd.), was wiederum eine Verwendung von Symbolfotos begünstigt.

Im kommerziellen Bildsektor ist mit Datenbanken für *Stock Photography* ein Marktplatz entstanden, wo „ethische Bedenken bezüglich der digitalen Bildbearbeitung bislang nur selten ein Thema [sind], da die Fotos kaum einen Authentizitätsanspruch hatten“ (Büllesbach 2008, S. 121). Für Medienkonsumentinnen und -konsumenten ist dieser unterschiedliche Authentizitätsgrad von Fotos allerdings kaum nachvollziehbar (vgl. ebd., S. 122).

Fotos von Amateurinnen und Amateuren stellen aktuell „besondere ethische Herausforderungen für den Journalismus“ (Isermann 2015, S. 349) dar. Da ihre Produktion nicht an den ethischen Standards des Journalismus ausgerichtet ist, kommt Agenturen und Redaktionen eine besondere Rolle bei der Bewertung und Einschätzung des Materials zu (vgl. ebd.). Der Kommunikationswissenschaftler Holger Isermann argumentiert, dass sich standardisierte Prozesse und Routinen bei der Materialbewertung bislang ebenso wenig etabliert haben wie bei Fragen der Verifikation (vgl. Isermann 2015, S. 349-350). Die Zunahme an Amateurfotos in redaktionellen Zusammenhängen bewertet Isermann differenziert: die produzierten Bildinhalte seien nicht nur „visueller Ersatz, wenn professionelles Bildmaterial fehlt, sondern können von den Redaktionen auch zur Erzeugung visueller Vielfalt genutzt werden“ (Isermann 2015, S. 341).

Neben der Zunahme von Amateurbildern und einem steigenden ökonomischen Druck auf Redaktionen, der Fotojournalistinnen und -journalisten sowie Bildredakteurinnen und -redakteure in besonderem Maße trifft, nennt der Fototheoretiker Kenny Irby noch eine weitere Entwicklung, die er als potenziell gefährdend für den Fotojournalismus einschätzt: ein zunehmend bildproduzierendes und -verbreitendes Publikum, das den Wert professioneller Bildproduktion und seiner Authentizität durch die eigenen Bildpraktiken immer mehr in Frage stellt (vgl. Irby 2014, S. 85).

Der Aspekt einer Einschätzbarkeit des Authentizitätsanspruchs von Fotos ist auch für die politische Bildproduktion in zunehmendem Maße relevant. Politische Akteurinnen und Akteure planen ihre Darstellungen nicht mehr nur als professionell organisierte *Photo Opportunities*,

wo von der Auswahl und der Gestaltung des Settings bis zur Auswahl und Akkreditierung von Fotojournalistinnen und -journalisten nichts dem Zufall überlassen bleibt. Immer häufiger greifen Politikerinnen und Politiker auf die Dienste persönlicher Fotografinnen und Fotografen zurück, die sie in offiziellen und semi-privaten Momenten begleiten. Diese Hausfotografinnen und -fotografen genießen einen privilegierten Zugang, der unabhängigen Fotojournalistinnen und -journalisten oft verwehrt bleibt. Hausfotografinnen und -fotografen unterliegen bei ihrer Arbeit nicht den strengen journalistischen Grundsätzen ihrer Kolleginnen und Kollegen, sondern können Bildmaterial auswählen, das ihre Auftraggeberinnen und Auftraggeber in besonders positivem Licht erscheinen lässt. Dazu kommt der Umstand, dass qualitativ hochwertiges Bildmaterial über persönliche Websites oder soziale Netzwerke als sogenannte *Handout Photos* zur Verfügung gestellt werden kann – und so nicht nur unterschiedliche Zielgruppen ohne journalistisches *Gate Keeping* erreicht, sondern auch in mediale Produktions- und Verbreitungsprozesse aufgenommen wird. Dieser Prozess des so genannten *Bypassings* traditioneller Medien ist zum Standard für Regierungen, NGOs, Konzerne und terroristische Organisationen weltweit geworden (vgl. Gürsel 2016, S. 283).

Diese skizzierten Entwicklungen haben sich in den letzten Jahren verschärft. Wir leben in einer Zeit, in der Fotos durch Smartphonetechnologie, *Photo Sharing Apps* und soziale Netzwerke unmittelbar verfügbar und durch einfach zu bedienende Bildbearbeitungsprogramme veränderbar sind. Dadurch wandelt sich der Umgang mit Bildern:

“Countless people come to understand the world through still and moving pictures, which magnifies the responsibility of those who distribute photos and videos as purveyors of visual information.” (Irby 2014, S. 83)

Glaubwürdigkeit durch professionelle Praktiken

Wie bereits argumentiert, wird der postulierte Realitätsbezug des Journalismus und der damit verbundene Anspruch auf Authentizität vor allem durch professionelle Praktiken gewährleistet (Grittmann 2009, S. 35). Diese Regeln und Konventionen beziehen sich auf den gesamten Kreislauf fotojournalistischer Bildproduktion und -verbreitung und betreffen die Arbeitsroutinen von Fotografinnen und Fotografen ebenso wie jene von Agenturen und Redaktionen.

Ein besonders vernachlässigter Themenbereich ist das Zusammenspiel von Bild und Text bei der Generierung von Bedeutung. Fotos stehen im journalistischen Zusammenhang in der Regel nicht für sich, sondern werden beschriftet und in Texte eingebettet. Diese Texte nehmen Bedeutungszuschreibungen vor und stellen einen „Interpretationsrahmen“ (Büllesbach 2008, S. 115) her. In welchen Rahmen ein Bild gestellt wird, kann entscheidende Auswirkungen auf seine Wahrnehmung haben. So wies etwa der *Österreichische Presserat* in seiner Stellungnahme 2015/139 auf die Notwendigkeit einer korrekten Kontextualisierung von Bildmaterial hin. Im Zuge der Berichterstattung über die Flüchtlingsthematik wurden im September 2015 in mehreren Medien Fotos einer Flüchtlingsfamilie im ungarischen Bicske veröffentlicht. Die Fotos zeigen, wie drei Personen – ein Mann, eine Frau und ein Baby – von Polizisten umringt

auf Bahngleisen liegen. Einige Fotos zeigen, wie der Mann von Polizisten abgeführt wird und die Frau mit dem Kind auf den Gleisen zurückbleibt.

In Folge wandten sich mehrere Leserinnen und Leser an den Presserat und kritisierten, dass es sich um eine suggestive Bildverwendung handle, die die falsche Vorstellung einer Gewaltanwendung gegen Geflüchtete durch die Polizei nahelege – eine Vermutung, die sich durch ein auf *YouTube* veröffentlichtes Video der Situation widerlegen ließ. Tatsächlich hat der Mann die Frau und das Baby absichtlich zu Boden gerissen, die Polizei war an dem Sturz unbeteiligt. Der *Österreichische Presserat* hielt dazu fest:

„Werden – wie hier – Bilder aus dem Kontext gerissen, besteht die Gefahr, dass die Leser eine fundamental falsche Vorstellung von der Sachlage bekommen. Stellt sich im Nachhinein heraus, dass sich ein Geschehen anders zugetragen hat, als ursprünglich berichtet, oder sind Bilder in einem falschen Kontext veröffentlicht wurden, so ist es nach Ansicht des Senats wichtig, dass dies im Zuge eines Folgeberichts klargestellt wird.“ (Österreichischer Presserat 2015)

Auch der Fototheoretiker Kenny Irby betont die besondere Relevanz von Transparenz und Kontext, um journalistische Glaubwürdigkeit gewährleisten zu können:

“Part of that responsibility involves providing complete contextualization of photographs and video. Besides attribution making the image’s source clear, information should also convey the traditional five Ws of journalism: Who is in the frame, what is the image representing, when was it recorded, where and why? Providing that context is a central requirement of ethical photojournalism.” (Irby 2014, S. 83)

Glaubwürdigkeit ist aber nicht nur an journalistische und redaktionelle Praktiken gebunden, sondern berührt auch Fragen nach Ausbildungsstandards und professionellem Selbstverständnis von Fotojournalistinnen und -journalisten. Für den Berufsstand ist es wichtig, die „eigene Selektions- und Darstellungslogik“ (Grittmann 2009, S. 35) sowie „Strategien des Wirklichkeitsbezuges und der Bildästhetik“ (ebd.) zu hinterfragen. Denn auch Pressefotos sind „janusköpfige Phänomene“ (Müller 2003, S. 20), die neben einem Abbild- auch über einen Denkbildcharakter verfügen und Vorstellungen und Ideen ihrer Zeit verdichten können (vgl. Grittmann 2009, S. 36). Sowohl Fotojournalistinnen und -journalisten als auch Redaktionen wären dazu angehalten, die eigenen Weltbilder und daraus resultierende Praktiken in der Produktion und Verbreitung von Fotos konsequent zu hinterfragen.

Unter den gegenwärtigen Rahmenbedingungen fotojournalistischer Produktion gestalten sich Reflexionsprozesse allerdings nicht gerade einfach, da sich bestehende Berufsbilder und Aufgabenbereiche rasant wandeln und immer wieder neue hinzukommen. So schreibt etwa Wolfgang Pensold in seiner 2015 erschienenen Geschichte der Fotografie, dass die Zukunft einem „*Visual Journalist*“ gehöre, „der gleichzeitig Fotograf und Videograf sein muss“ (Pensold 2015, S. 189; kursiv im Original).

Zusammenfassung und Ausblick

Die Diskussion um Manipulation und Glaubwürdigkeit im Fotojournalismus ist vielschichtig und aktuell. Rahmenbedingungen für die Produktion und Verbreitung fotojournalistischer Bilder haben sich durch fototechnische Entwicklungen, steigenden ökonomischen Druck und die Bedeutungszunahme des Internets in der öffentlichen Kommunikation in den letzten Jahren nachhaltig verändert (vgl. Isermann 2015, S. 355). Der Fotojournalismus ist ein Berufsfeld, in dem sich Berufsbilder und Aufgabenbereiche rasant wandeln. Fotojournalistische Glaubwürdigkeit ist an die Einhaltung professioneller Praktiken und journalistischer Standards gebunden, die den gesamten Prozess der Produktion und Verbreitung von Fotos betreffen. Der Fokus in der Debatte um Manipulation sollte sich daher vom technisch Machbaren digitaler Bildbearbeitung und der materiellen Veränderbarkeit von Fotos auf den gesamten Prozess fotojournalistischer Bildproduktion und -verbreitung verlagern. Dadurch geraten nicht nur unterschiedliche bildjournalistische Arbeitsbereiche und ihre je spezifischen Arbeitsroutinen in den Blick, sondern auch relevante bedeutungsgenerierende Prozesse wie die Auswahl, Betextung oder Kontextualisierung von Bildern.

“News images are fundamentally shaped by the infrastructures of representation in which they are produced and circulated. Professional image brokers committed to journalism are key to ensuring that it is not merely commercial interests that shape the ways in which world news is visualized. Visual journalism can be strong only if it is more than just a part of the visual content industry.” (Gürsel 2006, S. 310)

Die vorgeschlagene Ausweitung des Verständnisses von Manipulation im Fotojournalismus ist besonders relevant, um aktuellen Herausforderungen – wie beispielsweise einer stärkeren Konkurrenz zwischen Amateurfotografinnen und -fotografen auf der einen und professionellen Fotojournalistinnen und -journalisten auf der anderen Seite – begegnen zu können. Der vorliegende Beitrag hat für die Förderung bildkompetenten Handelns in sämtlichen fotojournalistischen Arbeitsschritten plädiert. Dazu gehören vor allem

- ein Bewusstsein für Manipulationsmöglichkeiten in sämtlichen fotojournalistischen Arbeitsbereichen des Produktions- und Veröffentlichungsprozesses;
- die Entwicklung standardisierter Prozesse und Routinen bei der Bewertung und Verifikation von Bildmaterial, das keinem journalistischen Produktionskontext entstammt;
- eine korrekte Kontextualisierung von Bildmaterial, die seine Entstehungsbedingungen durch akkurate Betextung und die Vermeidung symbolhafter Bildverwendung berücksichtigt;
- eine selbstreflexive Auseinandersetzung mit journalistischen Ausbildungsnormen, redaktionellen Praktiken und „inneren Bildern“ auf allen bildproduzierenden und bildverwertenden Ebenen.

Schließlich hat fotojournalistische „Glaubwürdigkeit weniger mit Chemie und Physik zu tun [...], als vielmehr mit den Personen, die die Fotos machen und veröffentlichen“ (Büllesbach 2008, S. 112).

Literatur

- Berman, Nina (2015): The Problem with World Press Photo's context, *cjr.org* (09.03.2015). Abgerufen unter URL: http://www.cjr.org/analysis/nina_berman.php [Stand vom 25.02.2017].
- Brandstätter, Helmut (2015): Das Foto zeigt die traurige Wahrheit. *Kurier.at* (08.06.2015). Abgerufen unter URL: <https://kurier.at/politik/inland/protest-vor-fluechtlingsheim-in-erdberg-das-foto-zeigt-die-traurige-wahrheit/134.931.413> [Stand vom 25.02.2017].
- Büllesbach, Alfred (2008): Digitale Bildmanipulation und Ethik. Aktuelle Tendenzen im Fotojournalismus. In: Grittmann, Elke; Neverla, Irene & Ammann, Ilona (Hrsg.): *Global, local, digital. Fotojournalismus heute*. Köln: Halem Verlag, S. 108-136.
- Campbell, David (2014): The integrity of the image. Current practices and accepted standards relating to the manipulation of still images in photojournalism and documentary photography (A World Press Photo Research Project). Abgerufen unter URL: https://www.worldpressphoto.org/sites/default/files/upload/Integrity%20of%20the%20Image_2014%20Campbell%20report.pdf [Stand vom 25.02.2017].
- Grittmann, Elke (2009): Das Bild von Politik: Vom Verschwinden des entscheidenden Moments. In: *Politik und Zeitgeschichte* 31, S. 33-38.
- Gürsel, Zeynep Devrim (2016): *Image Brokers. Visualizing World News in the Age of Digital Circulation*. Oakland: University of California Press.
- Irby, Kenny (2014): Seeing Is Not Believing: Photojournalism in the 21st Century. In: McBride, Kelly & Rosenstiel, Tom (Hrsg.): *The Ethics of Journalism. Principles for the 21st Century*. Los Angeles: SAGE, S. 70-85.
- Isermann, Holger (2015): *Digitale Augenzeugen. Entgrenzung, Funktionswandel und Glaubwürdigkeit im Bildjournalismus*. Wiesbaden: Springer VS.
- Mark, Oliver (2016): Flüchtlingsfoto: Strache entschuldigt sich bei Fotografen und spendet. *DerStandard.at* (29.04.2016). Abgerufen unter URL: <http://derstandard.at/2000035987629/Fluechtlingsfoto-Strache-entschuldigt-sich-bei-Kurier-Fotografen-und-spendet> [Stand vom 25.02.2017].
- Müller, Marion G. (2003): *Grundlagen der visuellen Kommunikation*. Konstanz: UTB Verlag.
- Österreichischer Presserat (2015): Stellungnahme 2015/139: Flüchtlingsbilder im richtigen Kontext veröffentlichen. Abgerufen unter URL: <http://www.presserat.at/rte/upload/>

entscheidungen_2015/stellungnahme_senat_1_2015_139_10.11.15.pdf [Stand vom 25.02.2017].

Pensold, Wolfgang (2015): Eine Geschichte des Fotojournalismus. Was zählt, sind die Bilder. Wiesbaden: Springer VS.

Schwartz, Dona (1992): To tell the truth: Codes of objectivity in photojournalism. In: Communication 13 (2), S. 95-109.

Filmen auf Demonstrationen – zwischen Vertrauen und Misstrauen¹

Christine Hämmerling

Zusammenfassung

Der Aufsatz betrachtet entlang einer ethnografischen Erhebung den Einsatz von Videokameras auf politischen Demonstrationen. Er verdeutlicht, dass schon während des Demonstrierens Kameras auf das Geschehen einwirken und die gefilmten Akteure sich Gedanken über die spätere Nutzung des Videomaterials machen.

Schon während der Aufnahme

Die Stichworte Medien und Glaubwürdigkeit werden häufig und sinnvollerweise schwerpunktmäßig aus der Perspektive von Rezeption, Inhaltsanalyse, medialem Kanal und möglicher politischer Beeinflussung betrachtet. Eine ethnografische Untersuchung zum Filmen bei politischen Demonstrationen, wie sie hier vorliegt, setzt anders an: Sie nutzt Interviews, teilnehmende Beobachtungen und verschiedene Text-, Bild- und Video-Analysen, um den Prozess der Produktion von Glaubwürdigkeit durch den Einsatz medialer Aufzeichnungsverfahren *in situ* zu begleiten. Dieser Zugang lässt erkennen, dass schon während der Aufzeichnung von Videos deren spätere Nutzung mitgedacht wird. Er macht deutlich, dass das Agieren auf einer Demonstration als eine selbstreflexive Praxis zu deuten ist, zumal die Anwesenden sich darüber im Klaren sind, dass sie bei ihren Handlungen auch audiovisuell erfasst werden könnten. Neben Journalist_innen und Demonstrationsbeobachter_innen stellen daher auch Demonstrierende und Polizeibeamt_innen mitunter eigene Aufnahmen her, um sich in die Erfassung und Repräsentation des Geschehens medial einzubringen.

Ich möchte im Rahmen meines Aufsatzes ferner nachzeichnen, dass nicht allein die Demonstrierenden, Medienaktivist_innen, Journalist_innen und Polizist_innen in diesem Kontext als Handelnde auftreten, sondern dass auch deren Kameras – Smartphones, Überwachungskameras, Fernsehkameras mit Mikrofonstab oder am Polizeifahrzeug angebrachte Einsatzkameras – gewissermaßen zu Akteuren mutieren. Die Sichtbarkeit der Dokumentationsinstrumente provoziert vor Ort Überlegungen darüber, wie die Filmenden politisch einzuordnen sind. Schon während der Filmaufnahme wird gefragt, ob den Filmenden zu trauen ist und ob sie überhaupt

¹ Einzelne Abschnitte dieses Textes finden sich zugleich in folgendem Beitrag wieder: Hämmerling, Christine (2017): „Und Action!?!“ Filmen als vieldeutige Praxis bei Demonstrationen. In: Ingrid Tomkowiak, Brigitte Frizzoni, Manuel Trummer (Hg.): Action! Artefakt, Ereignis, Erlebnis. Würzburg: Königshausen & Neumann (= Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, 4).

filmen dürfen. Hier fallen bereits erste Entscheidungen darüber, welche Bilder später zur Verbreitung oder Beweisführung bereitstehen.

Anhand von Debatten über Bedingungen, unter denen es bei Demonstrationen dazu kommt, dass Filmaufnahmen entstehen, will ich illustrieren, dass Fragen nach Vertrauen und Misstrauen – und damit auch solche nach der Glaubwürdigkeit medialer Berichterstattung – schon vor der Publikation der sogenannten Demo-Videos relevant werden. Ich plädiere mit meinem Beitrag also dafür, nicht allein Inhalte, Netzwerke und Rezeptionsformen zu beforschen, sondern auch die Entstehungskontexte von Nachrichtenmaterialien mit einzubeziehen, wenn nach Medien und Glaubwürdigkeit gefragt wird.

Ich konzentriere mich dabei auf die audiovisuelle Aufzeichnung von Demonstrationsgeschehnissen. Diesen Demo-Videos kommen in unterschiedlichen Handlungs- und Diskursfeldern recht unterschiedliche Funktionen zu: Videos zu politischen Demonstrationen können eingesetzt werden, um zu weiterem Protest zu mobilisieren – quasi als Werbefilm. Demo-Videos werden in gerichtlichen Verfahren als *witness videos* herangezogen. Das alltägliche Handyvideo hingegen kann auf *Facebook* gestellt werden, ohne dass direkte Folgen erkenntlich werden. Zudem gibt es den gegenmedial-politisch motivierten Videoaktivismus und viele weitere Varianten.

Aufbau und Quellenbasis

Im Folgenden werde ich zunächst meinen Zugang und meine Materialien vorstellen, dann am Beispiel einer großen Bündisdemo illustrieren, welche Kriterien Filmteams der großen deutschen Fernsehsender anlegen, wenn sie Demonstrationen filmend begleiten. Weiter komme ich auf das Bedürfnis einzelner Demonstrierender zu sprechen, Gegenbilder zu produzieren und mit der Videokamera politisch aktiv zu werden.

Die darauffolgenden Ausführungen zur Geschichte des Videoaktivismus und des Filmens von Polizeiaktionen sollen verstehen helfen, warum es Befürworter_innen und Gegner_innen von Videos bei Demonstrationen gibt. Ich nenne ein paar Beispiele von Demo-Videos, die zeigen, dass die kurzen Filme eingespeist in politische Verhandlungen eine eigene Wirkmacht entfalten können.

Anhand eines sogenannten *riot videos* zu Ausschreitungen bei einer Demonstration in Hamburg möchte ich sodann für zwei Fragen sensibilisieren, die sich Aktivist_innen bei konfrontativen Demonstrationen oft stellen. Die beiden Fragen lauten: „Warum wird gefilmt?“ und „Wo soll das Material veröffentlicht werden?“. Deutlich wird daran, dass der Umgang von Demonstrierenden mit Kameralenten von der Einschätzung der Situation abhängig ist. Oft sind es spontane, schematische Zuordnungen, die darüber bestimmen, ob den Personen mit Kameras zu trauen ist. Es zeigt sich, dass das Wissen darüber, wer wann wo filmen darf, die Entscheidung über Vertrauen und Misstrauen gegenüber der Videoaufzeichnung beeinflusst.

Die Forschung, auf der dieser Text basiert, greift sowohl auf die Sichtung und Analyse von Online-Beständen zu Demo-Filmen und auf einordnende Schriftstücke zurück, als auch auf ethnografische Interviews mit filmenden Demonstrationsteilnehmenden. Neben einigen Kurz-Interviews auf einer Bündnis-Demo in Hannover und zwei Interviews mit Kamerateams führte ich ein Interview mit einem Polizeisprecher und mit drei weiteren demonstrierenden Personen in Deutschland. Alle Interviewpartner_innen wurden anonymisiert, die Audiodateien liegen mir vor.

Sendeanstalten filmen „ganz objektiv“

Um einen Einblick zu erhalten, mit welchen Vorstellungen und Zielen Kamerateams öffentlich-rechtlicher Sender und großer privater Sendegruppen an das Filmen von Demonstrationen gehen, interviewte ich ein Kamerateam des ZDF und eines der privaten Sendegruppe RTL bei einer Bündnis-Demo in Hannover gegen die Freihandelsabkommen TTIP und CETA im April 2016. Dabei handelte es sich um eine Demonstration, die viele Tausende auf die Straße brachte, von der aber gemäß der Einschätzung der Redakteure wie auch der Polizei wenig Gewalt zu erwarten war. So ging man insbesondere bei der privaten Sendegruppe RTL davon aus, dass die Aufmerksamkeitsspanne der Zuschauenden eine niedrige sei und man zusehen müsse, das Geschehen unterhaltsam darzustellen. Dabei gelte es, „das gesamte Ereignis abzubilden“ (RTL). Man wolle „alle Seiten zeigen“ (RTL), „ganz objektiv [...] die Realität abbilden“ (ZDF) – schließlich war bei der Thematik von Befürworter_innen und Gegner_innen auszugehen. Dafür habe man vorab schon Befürworter_innen angefragt, um Interviews zu sichern (RTL). Aus der Perspektive der Kameraführung sei es zudem wichtig, sehen zu können, dass es viele Menschen seien (RTL). Tonal wolle man die „Atmosphäre mitbekommen“ (RTL). Zudem brauche man natürlich Original-Töne aus Interviews. Die Polizei zu zeigen, sei „absolut nebensächlich, es sei denn, es passiert irgendwas“, so der Redakteur der privaten Sendegruppe. In beiden Gesprächen wurde die neutrale Betrachtungsweise hervorgehoben: „vorurteilsfrei, objektiv“ (ZDF) werde man arbeiten: „Ich sitze auf ’ner Mauer und schaue nach links und nach rechts. Und das, was passiert, versuche ich abzubilden.“ (ZDF)

„Do something“ – Videoaktivismus

Weil viele der Anwesenden dennoch skeptisch waren, ob die Objektivität der Fernsehsender ausreiche, um die ganze Wahrheit ans Licht zu bringen, um selbst „politisch aktiv zu sein“ und um sicherzugehen, dass nicht erneut rechtspopulistische und anti-amerikanistische Bilder die mediale Repräsentation dominieren, waren auch hier weitere Filmende unterwegs. Mein Interviewpartner Tom Immer etwa plante einen eigenen, über politische Themen aufklärenden *YouTube*-Kanal, in den er einen Beitrag über die Freihandelsabkommen einspeisen wollte. Demo- oder auch nur videoerfahren sei er nicht, das werde schon mit der Zeit kommen, hoffte er.

Diese Individualisierung des medialen Protests wird auch professionell beworben. Mit den Fragen „Ever shot a YouTube video? Want to make a difference?“ wirbt das Netzwerk für Videoaktivismus *Brave New Films* für mit Kameras „bewaffnete“ Leute, die „fesselnde Geschichten“ erzählen und verbreiten: „Now is the time to put your creativity and consciousness to good use. [...] ‚Do Something‘ with your creativity, help build a new movement with video activism!“ So formuliert der Verbund *Brave New Films* auf seiner Homepage (vgl. zu den voranstehenden Zitaten „Volunteer to be a video activist“ [o.D.]). Hierbei geht es nicht ausschließlich um das Filmen von Ereignissen bei Demonstrationen, sondern ganze Themenkomplexe sollen kreativ und mitreißend ins Bild gesetzt werden, um auf sie aufmerksam zu machen. Filmausschnitte von Demonstrationen stellen hier nur einen kleinen Anteil.

Dieser Videoaktivismus hat gemäß Ege Berensel, einem Videokünstler und Dokumentarfilmer, Anfang der 1990er Jahre an Zugkraft gewonnen,

„als Videokameras kleiner im Format, billiger im Preis und schließlich sogar in Mobiltelefone integriert wurden, als Programme für den Bildschnitt Einzug auf die heimischen PCs hielten, während gleichzeitig in vielen Ländern die Zivilgesellschaft an Kraft gewann“ (Berensel 2012).

Unter dem Stichwort des „video activism“ (Harding 1998) war das Filmen zu einer Art Bewegung geworden. Eine Bewegung, die auch im deutschsprachigen Raum zu einer Reihe bis heute aktiver Film-Kollektive und alternativer Online-Sender geführt hat. Dazu gehören beispielsweise die Projekte *Graswurzel-tv*, *CrossPoint – Camera is a weapon, die Film-pirat*innen e.V.*, *Leftvision*, *Human rights video* (<https://witness.org/>), die bereits genannte Plattform *Brave New Films*, die Seite von „... ums Ganze!“-TV und viele mehr. Schließlich gehört zu der Idee, mit der Produktion eigener Videos Gegenbilder zu schaffen, auch das Misstrauen gegenüber den staatlichen und privaten Medien.

Ege Berensel kommentiert den aus dem Diskursfeld Videoaktivismus erwachsenden Begriff des Guerillafernsehens daher im Kontext von Gegenkultur, DiY-Kultur und Kunst. Er beruft sich auf Michael Shamberg, der den Begriff einst prägte: „Guerillafernsehen ist Basisfernsehen. Es richtet sich direkt an die Menschen, agiert nicht über ihre Köpfe hinweg.“ (Berensel 2012) Das Selbstgemachte mit dem Anspruch auf das Recht, öffentlich zu werden, widersprach, so Berensel, dem vorherrschenden Verständnis von Kunst, Werk und Autorschaft. Schließlich stilisiert sich Guerillafernsehen als Fernsehen von denen da unten für die da unten in Opposition zu diskursiv als da oben verorteten medialen Zusammenschlüssen.

Aktivistische Film- und Videoarbeit bewegt sich, so argumentiert auch die Filmwissenschaftlerin Julia Zutavern, in einer Art „Graubereich zwischen Kunst und Politik“ (Zutavern 2015, S. 10). Zutavern bezieht sich dabei auf montierte, erzählende Filme über ganze Bewegungen. Wesentliches Merkmal der Bewegungsfilm sei ihre Funktion in politischen Debatten. Um dieser diskursiven Kontextualisierung des Audiovisuellen gerecht zu werden, positioniert sich Zutavern seitens der *Cultural Studies*. Der von den *Cultural Studies* geprägte Filmwissenschaftler David E. James beschreibt den „Bewegungsfilm“ (ebd., S. 13) als performative, sozial konstruktive Praxis:

“In those films that document events whose function is the engagement of media attention in order to publicize certain demands, political action consists of the competition for and the manipulation of information.” (James 1989, S. 225)

Solche Bewegungsfilm entstehen sowohl als historische Dokumentationen als auch als Repräsentation aktueller Bewegungen. Das Videomaterial, mit dem dabei gearbeitet wird, ist häufig schon während der Aufnahme Ausgangspunkt von Diskussionen über Vertrauensfragen. Diesen Umstand möchte ich im Folgenden illustrieren.

Brisantes Videomaterial

Da seitens der Polizei seit den 1990er Jahren mancherorts routinemäßig Kameras im Einsatz sind, kam es seither immer wieder zu der Forderung, auch das Handeln der Polizei müsse gefilmt werden. Dieser Aufruf zum Filmen formierte sich ebenfalls in Videos. Ein jüngerer Beispiel dafür stellt der Clip „Why recording the Police is so important“ (Video „Why recording the police is so important“ 2014) dar. Hier begründet das *Voice Over* die Notwendigkeit, eigene Aufnahmen zu erstellen, mit juristischen Erfahrungen aus der Vergangenheit:

“When someone accuses a police officer of misconduct, it’s often a he said, she said situation. But video is completely changing that. Ever, since a bystander recorded Rodney King being beaten by Los Angeles police in 1991 the power has been in the hands of witnesses.” (ebd., 0:00–0:17)

In Zürich war es schon etwas früher zu der Forderung gekommen, Polizeieinsätze filmend zu dokumentieren: Der Züricher Filmschaffende und Ethnologe Heinz Nigg berichtete jüngst in einem Interview über das Videomaterial, das er zusammen mit seinen Studierenden der Universität Zürich in einem Seminar während der sogenannten Opernhauskrawalle in den frühen 1980er Jahren aufnehmen ließ (Nigg 2001). Ihm sei erst im Nachhinein klargeworden, dass die Seminargruppe „mit den Videoaufnahmen heisses Material“ (ebd., S. 112) besaß. Schließlich habe die Tagesschau „tausend Franken“ (ebd., S. 112) geboten (die sie ablehnten), denn: „[d]en Film als News-Material für einen Fernsehbeitrag zu verkaufen, hätte unsere Sicht natürlich verzerrt“ (ebd., S. 113). Stattdessen organisierte die Gruppe ein eigenes Screening der geschnittenen Materialien. Der Film mutierte, eingewoben in die berühmte Video-Dokumentation „Züri brännt“ (1981), über die Schweiz hinaus zum historisch relevanten Narrativ im Diskurs über Polizeigewalt „[w]egen der Brutalität und Unverhältnismässigkeit des Polizeieinsatzes“, wie Nigg (2001, S. 113) erklärt.

Auch das Filmen von Polizeigewalt beim G8-Gipfel 2001 in Genua, wo der italienische Demonstrant Carlo Giuliani erschossen wurde (vgl. den Dokumentarfilm „Un altro mondo è possibile“ 2001), sowie Debatten zur Kennzeichnungspflicht von Polizist_innen (Bundesarbeitsgemeinschaft Kritischer Polizistinnen und Polizisten e.V. 2010; Stellungnahme der Gewerkschaft der Polizei Niedersachsen 2010) ließen den Ruf laut werden, Polizeiaktionen müssten gefilmt werden. Man wollte die Gewalt über das dokumentierende Instrument nicht der Staatsmacht überlassen.

Videos in politischen Verhandlungen

Bei Debatten um Demo-Videos geht es oft um die Beweiskraft. Diese Beweiskraft geht über den juristischen Wert der Aufnahme allerdings hinaus. In den Videos wird ferner eine politische Dringlichkeit, Brisanz, Faktizität und Körperlichkeit versinnbildlicht (Hämmerling [vorauss. 2017]). Je nach Schnitt, musikalischer Untermalung und sprachlicher Rahmung vermitteln Filmausschnitte zu Demonstrationen scheinbar authentische Einblicke in soziale Bewegungen.

Videomaterial dieser Art muss als Bestandteil politischer Verhandlungen verstanden werden. Die Spezifik der Videoaufnahme bringt es mit sich, dass sie glauben macht, so, wie im Clip eingefangen, sei es gewesen. Obwohl sie eine begrenzte Perspektive bietet, schafft die Aufnahme Vertrauen in eine Sichtweise. Sie wird zu einem vertrauensstiftenden Akteur.

Dass Demo-Videos Relevanz in politischen Debatten erhalten, gilt heute umso mehr. Video-Clips können in Nachrichten eingebunden und miteinander in sozialen Netzwerken und auf anderen Plattformen geteilt werden. Dass diese Nachrichtenkanäle auch Auswirkungen auf die politische Orientierung haben, hat jüngst Katharina Kleinen von Königslöw (2016, S. 13–15) in ihrer Arbeit über politische Kommunikation in Zeiten individualisierter Mediennutzung nachgewiesen. Zwar wird mit den neuen Medien auch die Halbwertszeit von Dokumenten gesenkt, die Rolle von Narrativen bleibt in Protestbewegungen aber eine wichtige, so Jakob Tanner (2016) von der Forschungsstelle für Sozial- und Wirtschaftsgeschichte.

Manchen Fragen – etwa der nach der Gewaltbereitschaft von Demonstrierenden und Polizist_innen – wird inzwischen vermehrt mit audiovisuellem Material nachgegangen. Beispielsweise gibt es auf *YouTube* Zusammenschnitte zu Gewalt gegen Polizist_innen durch demonstrierende Fußballfans (vgl. das Video „Video der Stadtpolizei Zürich FCZ – FCB Riots“). In anderen Clips geht es um Polizeigewalt, die keine Berechtigung findet. Das bekannteste Beispiel dafür aus dem deutschsprachigen Raum ist der sogenannte Herr im blauen T-Shirt oder Mann in Blau von 2009 (vgl. das Video „Mann in Blau – das Urvideo“): Auf dem recht verwickelten Video ist ein Mann in blauem T-Shirt zu sehen, der sich nach einem Zwischenfall zwischen Demonstrierenden und Polizei Notizen auf Papier macht: Er will die Dienstnummer eines Polizisten notieren, dem er laut Körperverletzung vorwirft. Kurz darauf greift ihn die Polizei an. Das Video wird auf *YouTube* „Urvideo“ genannt, da noch zahlreiche weitere Videos aus anderen Perspektiven auf die Plattform gestellt wurden, die aber grundsätzlich Ähnliches dokumentieren (vgl. den Vortrag Müller-Maguhn 2009). Die Clips konnten in einem juristischen Verfahren eingesetzt werden (vgl. ebd., 0:03:20) und mit ihrem Bekanntwerden verbreitete sich das Filmen der Polizeiarbeit im deutschen Sprachraum erneut.

Vor dem Hintergrund der medialen Wirksamkeit einzelner Demo-Videos möchte ich auf ein jüngeres Beispiel verweisen. In einem auf *YouTube* geteilten Clip (vgl. das Video „(7/9) 21.12.13 15:23Uhr Rote Flora Hamburg Sternschanze“) ist ein Ausschnitt einer privaten Videodokumentation zu sehen. Der Film zeigt die Ausläufe einer Demonstration, die sich unmittelbar vor dem linksautonomen Zentrum *Rote Flora* in Hamburg zu dessen Verteidigung 2013

abspielte. Die Aufnahme repräsentiert einen politischen Diskursstrang, der sich um mehrere Jahrzehnte des Protests gegen Polizeigewalt im urbanen Raum in Hamburg seit der so genannten Schill-Ära (benannt nach dem damaligen Innensenator Ronald Schill) bis in unsere Zeit trägt. Kulturwissenschaftler Ove Sutter (2016, insb. S. 116f.), der kürzlich einen Aufsatz über kreativen Protest in Hamburg veröffentlicht hat, beschreibt darin zunächst, wie es zu den Ausschreitungen im Dezember kam und hebt dabei die Bedeutung des Videomaterials hervor:

“Due to the comprehensive video footage published on social media platforms over the following days, an increasing number of media articles not only criticized the violent protests, but also questioned the behavior of the police (welt.de 2013; Spiegel Online 2013).” (ebd., S. 117)

Die besagte Videodokumentation wirkte in diesem Fall bis in die sogenannten Mainstream-Medien hinein auf die Deutung des Protestes ein, da sie zuvor in Sozialen Netzwerken verbreitet worden war.

Das Filmen als Praxis wird in dieser Video-Dokumentation selbst zum Thema im Film. Im nächsten Abschnitt der Videodokumentation aus Hamburg (vgl. das Video „(8/9) 21.12.13 15:23Uhr Rote Flora Hamburg Sternschanze“) fragt eine Anwesende den Filmenden: „Darf ich mal fragen, warum du das aufnimmst?“ Der Filmende antwortet: „Wir sehen die Polizei.“ Und die Frau fragt weiter: „Und wo willst du das veröffentlichen?“ Diese beiden Fragen stellen sich als typisch für Demonstrationen dieser Art heraus. Aus diesem Grund möchte ich der skeptischen, fragenden Perspektive von Demonstrierenden noch weiter nachgehen.

Interviews mit Demonstrierenden

Die bisherigen Ausführungen haben gezeigt, welche Gedanken sich filmende Journalist_innen und Aktivist_innen über ihr Videomaterial machen. Ich habe gezeigt, dass Filme von Demonstrationen brisant werden können und sowohl juristisch als auch ästhetisch Einfluss auf politische Verhandlungen nehmen. Meiner Eingangsthese nach müsste das Aufzeichnen von Videos aber auch seitens der Demonstrierenden bereits während der Aufnahme reflektiert werden. Die beiden eben genannten Fragen gaben mir darauf erste Hinweise. Um diese Perspektive einzufangen, interviewte ich weitere Demonstrant_innen.

Gewaltvermeidende Kamera

Meine Interviewpartnerin, die ich Kristina Reuss nenne, sagte, sie habe bei Demonstrationen gegen Atommülltransporte die Erfahrung gemacht, dass Polizist_innen „nicht ganz so ruppig“ gehandelt hätten, wenn „die Presse“ da gewesen sei: „Sobald natürlich irgendwer mit der Kamera drauf gefilmt hat, waren die natürlich viel ruhiger und haben mehr überlegt, bevor sie gehandelt haben.“ Die Knüppel seien dann einfach weggesteckt worden. Somit habe sie sich über die Filmenden gefreut.

Diese Argumentation steht in einer langen, verschlungenen Tradition: Mit ihr wird eine Kamera in den Fokus gerückt, deren Existenz die Situation einer erweiterten Öffentlichkeit aussetzt,

die somit zeugenhaft und kontrollierend auf das Hier und Jetzt einwirken kann. Dabei unterscheiden Demonstrierende zwischen einer journalistischen, gewaltvermeidenden Kamera, die eine Öffentlichkeit involviert, die ihnen positiv gegenübersteht, und einer polizeilichen Überwachungskamera, von der auszugehen sei, dass sie gegen die Demonstrierenden eingesetzt wird.

Filmende Polizei

Auch aus diesem Grund stehen die *Bodycams*, die nun – wie mir der Polizeisprecher in Hannover im Interview mitteilte – von der Polizei in Niedersachsen getestet werden, in der Kritik. Bei *Bodycams* handelt es sich um in den USA bereits eingeführte Kameras, die Polizist_innen an ihren Uniformen tragen (vgl. zum Diskurs über deren Sinnhaftigkeit Zader 2016; Kolb 2015; Verband Schweizerischer Polizeibeamter 2015). Zwar wurden *Bodycams* für Polizist_innen auch schon von Demonstrierenden eingefordert, um die Gewalt der Polizeikräfte zu minimieren und die Rückverfolgung polizeilicher Übergriffe zu ermöglichen; die Kameras, die nun zum Einsatz kommen, sind aber Modelle, deren Ein- und Ausschaltung vom Polizisten selbst gesteuert wird. Die gewaltvermeidende Wirkung ist demnach einseitig reguliert. Das hängt damit zusammen, dass Polizist_innen nicht überall und immer filmen dürfen. Im Bundesland Niedersachsen ist das Fotografieren und Filmen seitens der Polizei bei Demonstrationen beispielsweise erst dann erlaubt, wenn es zu gewalttätigen Aktionen kommt (vgl. das Interview mit dem Polizei-Pressesprecher in Hannover). Zusätzlich haben die Polizeikräfte in Echtzeit Kontrolle über Überwachungskameras auf öffentlichen Plätzen, wie der Pressesprecher der Polizei mir bestätigte. So ist es der Polizei möglich, die Kameras spontan auf das Geschehen zu schwenken und es aufzuzeichnen, eigene Videos von Handkamera zu erstellen und diese Videomaterialien zusammen mit weiteren personen- und situationsbezogenen Informationen in eine App wie *POLIS* einzuspeisen, deren Daten mit weiteren Behörden live geteilt werden können.

Die Öffentlichkeit, die solche Filme zu sehen bekommt, ist also zunächst auf die staatlichen Behörden beschränkt. Darüber, wie dort mit dem Material umgegangen wird, bestehen Unsicherheiten. Kristina Reuss sagte im Interview: „Ich weiß gar nicht, ob die das nachher krass auswerten oder ob die nur nachher gucken, wenn da irgendwelche Krawalle waren, wer das war.“ Ihr Handeln sei aber daran ausgerichtet, es nicht darauf ankommen zu lassen. Allerdings bemerkte sie selbst Einschränkungen. So verstecke sie ihr Gesicht nicht, wenn sie gerade zusammen mit Personen auf einer Demonstration sei, von denen sie annimmt, dass sie nicht in Situationen verwickelt sind, die die Aufmerksamkeit der Polizei auf sich ziehen. Sie verhülle ihr Gesicht aber, wenn sie eine „Aktion“ geplant habe. Denn dann sollte man, so Kristina im Interview, „natürlich, wenn alle das machen, das dann auch machen“, sich also ver mummen – als kollektive Geste der Solidarität wie auch zum Selbstschutz. Die Vermummung fungiert hier gemäß Jan Spille und Larissa Denk als „Schutzbekleidung“ (Denk/Spille 2009, S. 219). Ob die Demonstrierenden als Individuen sichtbar oder unsichtbar sein möchten, hängt immer mit der Form des Protestes zusammen.

Filmen zur Identifikation von Strukturen und Einzelpersonen

Die Vermummung erfolgt nicht zwangsläufig nur in Reaktion auf Kameras der Polizei. Auch von Pegida-Anhänger_innen und anderen neonazistischen Gruppen sei Kristina Reuss beim Demonstrieren schon fotografiert worden. Dies deutete sie als „Drohgebärde“ nach dem Motto „Ich habe eure Gesichter“.

Zumal bekannt ist, dass Demonstrierende oppositioneller Gruppen sich gegenseitig filmen, kennen auch meine Interviewpartner_innen Personen, die mehr oder weniger professionell Protestmärsche von Rechtsradikalen dokumentieren. Mit solchen – kommentierten und teils öffentlich zugänglich gemachten – Aufnahmen kann nachvollzogen werden, welche Personen bei welchen Demonstrationen zu sehen waren, ob illegale Symbole mitgeführt wurden etc.

Filmende in Zivil & Videos von Privatpersonen

Wenn Personen in Zivil auf Demonstrationen filmen, hält Kristina Reuss das meist nicht für problematisch. Auch auf der Hannoveraner Bündnis-Demo gegen die Freihandelsabkommen wurde sehr viel von Privatpersonen gefilmt, ohne dass dies problematisiert wurde. Filmende Demonstrierende verfolgten dabei gemäß einzelner kurzer Interviews in Hannover 2016 meist wenig strategische Ziele: Sie wollten sich mit der Handykamera im Gewimmel einen Überblick verschaffen, wollten für sich und Freunde festhalten, wie viele Menschen an der Demo teilgenommen haben, sie filmten aus Langeweile oder hofften, zufällig etwas Interessantes einzufangen, während sie die Kamera auf die Massen oder auf sich selbst richteten. Ihr Filmen entspricht in weiten Zügen dem von Ute Holfelder und Christian Ritter (2015) für Jugendliche untersuchten Handyfilmen im Alltag.

Die eingangs erwähnte Vorstellung, mit dem eigenen Filmbeitrag eine breite Öffentlichkeit für das Thema der Demonstration zu interessieren, ist von den selbstbezüglichen Alltagspraktiken der Smartphone-Aufnahme nicht sauber zu trennen. Manchmal laden Organisator_innen von Demonstrationen sogar dazu ein, Handyfilme online zu teilen, so etwa bei einer Schüler_innen-Demonstration gegen Bildungsabbau in Zürich 2016. Da hieß es vorab: „Wenn ihr gute Fotos oder Videos von Aktionen oder von der Demo schiesst oder dreht, könnt ihr diese gerne an info@kaputtgespart.ch schicken. Dann werden diese ebenfalls online gestellt.“ (vgl. Schüler_innen- und Studierenden-Demo 2016)

Niko Irmgarten und Olivia Zweig – beide sind erfahrene Demonstrierende – ordneten das Filmen durch Personen in Zivil hingegen als potenziell problematisch ein. Wenn jemand aus der Bezugsgruppe trotzdem filmen wolle, heiße es vorab schon: „Du machst nicht mit, wenn du filmst. Dann bist du halt raus“, berichtete Olivia Zweig. Und auch Kristina Reuss ist skeptisch, wenn jemand aus den eigenen Reihen beim Demonstrieren filmt. „Wozu das Ganze?“, frage sie sich, schließlich könnten die Bilder auch noch „in die falschen Hände“ geraten. „Bitte nur Leute, die wissen, wie sie damit umzugehen haben“, mögen bei Demonstrationen filmen, schloss sie.

Mein Interviewpartner Niko Irmgarten ist so jemand, von dem andere davon ausgehen, dass er wisse, wie er mit dem Material umzugehen habe. So kommt es, dass er gelegentlich gebeten wird, bei politischen Versammlungen Aufnahmen anzufertigen. Dabei geht er allerdings vorsichtig vor. Er mischt sich nicht weiter ins Geschehen ein und zieht die Fotokamera dem Video vor. Schließlich geht es ihm gewöhnlich nicht um das Festhalten von Gewaltaktionen, sondern darum, entweder die schiere Präsenz von befreundeten Gruppen bei Demos für die Homepage einzufangen, ohne dass Einzelne identifiziert werden, oder aber er will bei Nazi-Demos gezielt Gesichter festhalten, um rechte Strukturen zu erschließen.

Fragen nach Vertrauen und Wissen

Immer wieder geht es bei der Entscheidung darüber, welchen Menschen mit Kamera zu trauen sei, um Erfahrungswerte, den Grad der Informiertheit und den Umgang mit Wissen. Die Kenntnis der Gesetzeslage sowie regionale und nationale Unterschiede in einer globalisierten Protestkultur führen zu online geteilten Handlungsempfehlungen und Info-Blättern wie „It’s Your Right to Film the Police. These Apps Can Help“ (Ram 2015) oder „Want to Record The Cops? Know Your Rights“ (Kayyali 2015). Anders als die meisten befragten Teilnehmenden der Anti-TTIP/CETA-Demonstration in Hannover kennen meine demoerfahreneren Interviewpartner_innen die Gesetzeslage in verschiedenen Bundesländern und haben Vorstellungen davon, unter welchen Bedingungen sie selbst Polizist_innen fotografieren dürfen.

Das Filmen auf Demonstrationen stellt also eine Vertrauens- und eine Wissensfrage dar. Die Thematik des Vertrauens zeigt sich in zweifacher Logik. Das Misstrauen gegenüber dem staatlich regierten Umgang mit Demo-Videos stellt eine gemeinsame Basis dar für das auf Solidarität setzende Vertrauen, das dem Einzelnen zuteil wird, der eine Gruppe filmen darf. Hier handelt es sich nicht um ein Vertrauen, das allein auf Charisma, Erfahrung, familiärer oder ökonomischer Bindung oder auf Liebe aufbaut. Dies wären Kriterien, die Vertrauensforscherin Ute Frevert nennt (2013). Sondern es handelt sich um das Vertrauen auf ein gemeinsames Verständnis von Solidarität gegenüber einem nicht immer artikulierten Ziel. Der Erfahrungswert von Solidarität wird zur Stütze des durch die persönliche Beziehung gesicherten Vertrauens. Schon in Absprachen, die der Demo vorausgehen, wird eine Begrenzung des Risikos anhand einer „vernünftigen Erwägung von Verlässlichkeit und Regelkonformität“ (ebd., S. 118f.) herbeigeführt, so schreibt Ute Frevert über die Vertrauensbildung.

Zudem ist es ein Vertrauen, das darauf schaut, welche Motive der andere hat. Es schaut auf den Willen des anderen, wie es Martin Hartmann in „Die Praxis des Vertrauens“ ausdrückt (1994, S. 173; vgl. auch Deigh 1996, S. 6). Dieser Wille wird über die Bekanntheit von Individuen in sozialen Strukturen und über Erfahrungswerte abgeleitet. Es ist nicht im engeren Sinne die Person, der hier vertraut wird, sondern vertraut wird einem Wissens- und Erfahrungsnetzwerk.

Diese Vertrauensverhandlungen in den unterschiedlichen an Demonstrationen beteiligten Gruppen sind keineswegs abgeschlossen. Während einerseits professionalisierte Strukturen Regeln aufstellen und Hilfen anbieten, um das Filmmaterial in den Griff zu bekommen, führt andererseits die Allgegenwart von Handykameras und die anhaltende Lust am Videoaktivismus

zu sehr lockeren Umgangsweisen mit der audiovisuellen Aufzeichnung. Tools, die Techniken der Videomontage auch Laien zur Verfügung stellen, lassen immer wieder Zweifel an der Qualität von Videos als Beweismaterialien aufkommen, dennoch sind Apparate wie *Bodycams* und Überwachungskameras weiter auf dem Vormarsch. Es ist also zu erwarten, dass in Zukunft noch mehr Videos aufgezeichnet werden als bisher. Wie diese Materialien aber gesichtet, verbreitet, ausgedeutet oder reglementiert werden, bleibt – zum Glück – noch weiter in Verhandlung.

Literatur- und Quellenverzeichnis

- Berensel, Ege (2012): Vom Guerilla-Fernsehen zum Videoaktivismus, vom Witness Video zum Medienaktivismus: Widerstand mit Videos? [Elektronisches Dokument, bei der Autorin einsehbar].
- Bundesarbeitsgemeinschaft Kritischer Polizistinnen und Polizisten (Hamburger Signal) e. V. (2010) vom 23.04.2010 [Elektronisches Dokument]. Abgerufen unter URL: <http://www.landtag.ltsh.de/infothek/wahl17/umdrucke/0700/umdruck-17-0759.pdf> [Stand vom 28.06.2017].
- Deigh, John (1996): *Morality and Personal Relations*. In: Ders.: *The Source of Moral Agency. Essays in Moral Psychology*. Cambridge: Cambridge University Press, S. 1-17.
- Denk, Larissa & Spille, Jan (2009): Kleidsamer Protest – Medium und Moden des Protestes. In: Schöneberger, Klaus & Sutter, Ove (Hrsg.): *Kommt herunter, reiht euch ein... Eine kleine Geschichte der Protestformen sozialer Bewegungen*. Berlin: Assoziation A, S. 210-233.
- Frevert, Ute (2013): *Vertrauensfragen. Eine Obsession der Moderne*. München: Beck.
- Hämmerling, Christine [vorauss. 2017]: ‚Und Action!‘? Filmen als vieldeutige Praxis bei Demonstrationen. In: Tomkowiak, Ingrid; Frizzoni, Brigitte & Trummer, Manuel (Hrsg.): *Action! Artefakt, Ereignis, Erlebnis (= Kulturen populärer Unterhaltung und Vergnügung, Bd. 4)*. Würzburg: Königshausen & Neumann.
- Harding, Thomas (1998): *Viva comcordistas! Video activism and the protest movement*. In: McKay, George (Hrsg.): *DiY Culture*. London/New York: Verso, S. 79-99.
- Hartmann, Martin (1994): *Die Praxis des Vertrauens*. Berlin: Suhrkamp.
- Holfelder, Ute & Ritter, Christian (2015): *Handyfilme als Jugendkultur*. Konstanz: UVK.
- James, David E. (1989): *Political Film/Radical Cinema: From Dissent to the Revolution*. In: Ders.: *Allegories of Cinema. American Film in the Sixties*. Princeton: Princeton University Press, S. 116-236.
- Kayyali, Dia (2015): *Want to Record The Cops? Know Your Rights*. Electronic Frontier Foundation. Defending your rights in the digital world, 16.04.2015. Abgerufen unter URL:

- <https://www.eff.org/de/deeplinks/2015/04/want-record-cops-know-your-rights> [Stand vom 28.06.2017].
- Kolb, Matthias (2015): Amerikas wütende Polizisten. Sueddeutsche.de, 13.10.2015. Abgerufen unter URL: <http://www.sueddeutsche.de/politik/ferguson-und-die-folgen-amerikas-wuetende-polizisten-1.2584675> [Stand vom 28.06.2017].
- Königslöw, Katharina Kleinen von (2016): Politische Kommunikation in Zeiten individualisierter Mediennutzung. Vortrag am 04.04.2016. Antrittsvorlesung an der Universität Zürich. Abgerufen unter URL: http://katharinakleinen.de/wp-content/uploads/2016/05/Antrittsvorlesung_KKvK_Final.pdf [Stand vom 28.06.2017].
- Martino, Joe (2015): Why recording the police is so important [mit Video]. Collective Evolution, 05.06.2015. Abgerufen unter URL: <http://www.collective-evolution.com/2015/07/05/why-recording-the-police-is-so-important-video/> [Stand vom 28.06.2017].
- Müller-Maguhn, Andy (2009): „Die Ereignisse des 12.9. und ihre Folgen“. Vortrag im Rahmen des Chaos Computer Club über die Synchronisation der verschiedenen online geteilten Videos. Abgerufen unter URL: ftp://mirror.fem-net.de/CCC/26C3/mp4/26c3-3705-de-die_ereignisse_des_129_und_ihre_folgen.mp4 [Stand vom ftp://mirror.fem-net.de/CCC/26C3/mp4/26c3-3705-de-die_ereignisse_des_129_und_ihre_folgen.mp4].
- Nigg, Heinz (2001): „Heisses Material aus einer langen Nacht.“ Interview mit Stephan Ramming. In: Ders. (Hrsg.): Wir wollen alles, und zwar subito! Die Jugendunruhen in der Schweiz und ihre Folgen. Zürich: Limmat Verlag, S. 111-116.
- Ram, Alessandra (2015): It's your right to film the police. These apps can help. In: Wired, 05.03.2015. Abgerufen unter URL: <https://www.wired.com/2015/05/right-film-police-apps-can-help/> [Stand vom 28.06.2017].
- Schüler_innen- und Studierenden-Demo (2016) gegen den Abbau in den Sektoren Soziales, Bildung und Kultur: DEMONSTRATION: ABBAU STOPPEN – Gemeinsam gegen Sparmassnahmen vom 28.09.2016, von info@kaputtgespart.ch. In: Kaputtgespart.ch. Abgerufen unter URL: <http://kaputtgespart.ch/> [Stand vom 28.06.2017].
- Stellungnahme der Gewerkschaft der Polizei Niedersachsen (2010) vom 18.03.2010. In: Gewerkschaft der Polizei. Abgerufen unter URL: http://www.gdp.de/gdp/gdp.nsf/id/DE_GdP-Niedersachsen_Keine_Kennzeichnungspflicht_fuer_Polizeibeamte [Stand vom 28.06.2017].
- Sutter, Ove (2016): Contesting the Danger Zone. Creative Protest against Police Surveillance in the Post-Fordist City. In: *Ethnologia Europaea* 46 (1), S. 114-131.
- Tanner, Jakob (2016): Chapter 11: Narratives. In: Fahlenbrach, Katharina; Klimke, Martin & Scharloth, Joachim (Hrsg.): *Protest Cultures. A Companion (= Protest, Culture, and Society; 17)*. New York: Berghahn Books, S. 137–145.

Verband Schweizerischer Polizei-Beamter (Hrsg.) (2015): Position des VSPB. Body-Cams, August 2015. Abgerufen unter URL: http://www.vspb.org/_/frontend/handler/document.php?id=3082&type=42 [Stand vom 28.06.2017].

„Volunteer to be a video activist“ ([o.D.]). In: BraveNewFilms. Abgerufen unter URL: <http://www.bravenewfilms.org/dosomething/videoactivist.php> [Stand vom 28.06.2017].

Zader, Jens (2016): Body-Cams im Polizeieinsatz. Frankfurt a.M.: Verlag für Polizeiwissenschaft.

Zutavern, Julia (2015): Politik des Bewegungsfilms (=Zürcher Filmstudien; 34). Marburg: Schüren.

Audiovisuelle Quellen

„(7/9) 21.12.13 15:23Uhr Rote Flora Hamburg Sternschanze“, neu auf *YouTube* gestellt von FredForeign am 23.12.2013. Abgerufen unter URL: https://www.youtube.com/watch?v=_afyvS9pNZc [Stand vom 28.06.2017]. Das Original ist auf Anfrage bei der Autorin einsehbar.

„(8/9) 21.12.13 15:23Uhr Rote Flora Hamburg Sternschanze“, heruntergeladen von *YouTube* im März 2016, auf Anfrage bei der Autorin einsehbar.

„Mann in Blau – das Urvideo“, auf *YouTube* gestellt von RedBand500g am 15.09.2009. Abgerufen unter URL: <https://www.youtube.com/watch?v=DopH0DRef0w> [Stand vom 28.06.2017].

„Video der Stadtpolizei Zürich FCZ – FCB Riots“, auf *YouTube* gestellt von Burkhalter Media am 21.02.2012. Abgerufen unter URL: <https://www.youtube.com/watch?v=KP83UrNgpnA> [Stand vom 28.06.2017].

„Why recording the police is so important“, auf *YouTube* gestellt von vox am 06.10.2014. Abgerufen unter: <https://www.youtube.com/watch?v=LvDWrIDrQnw> [Stand vom 28.06.2017].

„Un altro mondo è possibile“. Italien 2001, Regie: Alfredo Angeli u. a. (DVD: Luna Rossa Cinematografica).

„Züri brännt“. Schweiz 1981, Regie: Videoladen (DVD: Videoladen Zürich).

Plausibilität und Glaubwürdigkeit in gegenwärtigen Sagen und Gerüchten

Ingo Schneider

Zusammenfassung

Wer und was entscheidet darüber, ob eine Geschichte weitererzählt wird, ob sie in unterschiedliche mediale Kanäle – heute insbesondere die Sozialen Medien – gerät und dort ihr Eigenleben entfaltet oder nicht? Neben Faktoren wie Lebensnähe, Originalität oder Unterhaltungswert ist die Frage der Glaubwürdigkeit mit Sicherheit hauptverantwortlich für das „Überleben“ einer Geschichte. Warum aber wird eine Geschichte einmal als glaubwürdig, ein anderes Mal als unglaubwürdig, einmal als potentiell wahr und ein anderes Mal als falsch eingeschätzt? Der Beitrag versucht an Beispielen aus verschiedenen Sphären des Alltäglichen Erzählens diese Frage ein Stück weit zu beantworten und knüpft dabei an Thesen des Erzählforschers und Soziologen Gary Alan Fine an. Dynamik und Struktur der Glaubwürdigkeit sind für Fine vom Verhältnis mehrerer Faktoren abhängig: Erzähler_in, Erzählinhalt, Erzählkontext (d.h. Setting und Milieu der Kommunikation) und Publikum. Je nachdem, wie diese Faktoren zueinander liegen, kann dieselbe Erzählung einmal als wahre Begebenheit, ein anderes Mal als glaubwürdige und/oder plausible Erzählung, als Spekulation oder als vorsätzliche Erfindung eingestuft werden. Es gibt aber auch Geschichten oder Gerüchte, bei denen alle Bewertungskriterien in den Hintergrund treten. Sie wollen ganz einfach für wahr gehalten werden, weil sie in bestimmten Situationen gesellschaftlicher Verunsicherung die Artikulation von Ängsten und Vorurteilen ermöglichen.

Erzählen und Glaubwürdigkeit

Die Frage der Glaubwürdigkeit spielt in vielen Erzählungen eine Rolle, ist sie doch neben Faktoren wie Lebensnähe bzw. Realitätsbezug, Unterhaltungswert oder Originalität oft hauptverantwortlich für das „Überleben“ einer Geschichte, also für die Frage, ob eine Geschichte weitererzählt wird oder nicht, ob sie in unterschiedliche mediale Kanäle gerät und dort ihr Eigenleben entfaltet oder nicht. Wann aber wird eine Geschichte als glaubwürdig eingestuft bzw. wann nicht? Anders gefragt: Welche Kriterien müssen gegeben sein, damit eine Geschichte als glaubwürdig eingestuft wird? Wer entscheidet darüber? Kann ein und dieselbe Geschichte von bestimmten Rezipient_innen als glaubwürdig und von anderen als unglaubwürdig eingestuft werden? Angesichts dieser Fragen ist es verwunderlich, dass dem Aspekt der Glaubwürdigkeit und seiner Rolle für die Verbreitung von Erzählungen bislang in der Erzählforschung wenig Aufmerksamkeit geschenkt wurde. Ich möchte im Folgenden versuchen, dieses Defizit zumindest ein Stück weit zu verringern, und werde dazu verschiedene Formen der medialen Verbreitung gegenwärtiger Sagen und Gerüchte in den Blick nehmen. Ich beginne mit einem grotesken Beispiel.

Beispiel 1: Fünfjähriges Kind von einem Flüchtling gegessen

Im August 2015, mitten in der medial und politisch aufgeheizten Atmosphäre der Diskurse über die aktuellen Migrationsbewegungen brachte die satirische Webseite „Der Postillon“ folgende Meldung unter der Überschrift „Flüchtling renkt seinen Unterkiefer aus und verspeist blondes deutsches Kind bei lebendigem Leib“.

Heidenau (dpo) – Warum hat nur keiner auf die warnenden Stimmen der Asylkritiker gehört? Im sächsischen Heidenau hat heute ein syrischer Flüchtling seinen Unterkiefer ausgerenkt und vor den Augen entsetzter Passanten ein 5-jähriges blondes Mädchen bei lebendigem Leib verspeist. Die schreckliche Szene dauerte insgesamt rund 25 Minuten.

„Ich dachte immer, das sei alles nur rechte Propaganda und Flüchtlinge seien ganz normale Menschen“, erklärte ein völlig traumatisierter Gutmensch, der das Spektakel mit ansehen musste. Die Schreie des Kindes lassen ihn auch Stunden später nicht mehr los. „Ich habe die Nazis immer bekämpft, dabei waren ihre Warnungen klug, wohlüberlegt und kein bisschen vorurteilsbehaftet! Warum nur haben wir solche Monster in unser Land gelassen? Warum?“

Die Polizei fahndet derzeit noch nach dem flüchtigen Flüchtling. Zeugenaussagen zufolge soll er, unmittelbar nachdem er das Kind verzehrt hat, ein gelbgrünes Riesenei gelegt und sich dann zirpend mit großen Sprüngen entfernt haben. (Flüchtling renkt seinen Unterkiefer aus und verspeist blondes deutsches Kind bei lebendigem Leib. 26.08.2015).

Zwischen Überschrift und Text ist ein Video platziert. Zu sehen ist ein Nachrichtensprecher, der im Modus abendlicher Hauptnachrichten die absurde Meldung verliest. Der „Postillon“ greift hier eine der ältesten Unterstellungen gegenüber Fremden auf: den Vorwurf des Kannibalismus. Was als eine kaum zu überbietende, groteske Satire über Xenophobie bzw. Vorurteile gegenüber Ausländern gedacht war, als Kritik an haltlosen Unterstellungen gegenüber Flüchtlingen aus Kriegsgebieten, sollte ein unerwartetes und von den Machern des „Postillon“ wohl nicht erwartetes Eigenleben entfalten. Wie so oft ist der genaue Weg der satirischen Meldung in die Sozialen Medien nicht nachvollziehbar. Es ist anzunehmen, dass die Meldung auf Facebook zunächst als das, was sie gedacht war, nämlich als Satire geteilt wurde. Irgendwann im Spätherbst 2015 scheint sich jedoch ein Wandel vollzogen zu haben: aus der Satire dürfte ein zumindest für kurze Zeit ernst genommenes, Vorurteile bestätigendes Gerücht geworden sein. Eine entscheidende Rolle in diesem Prozess spielte ein Interview mit Jugendlichen in der mecklenburgischen Stadt Boizenburg in der Uckermark, die bereits mit Übergriffen auf Flüchtlingswohnheime von sich reden gemacht hatte. Dort drehte der Sender NDR im Herbst 2015 eine Dokumentation über die Ängste und Sorgen der Einwohner_innen. In einer Sequenz werden Jugendliche nach Gerüchten gefragt, die auch über Facebook verbreitet würden. Ein Mädchen sagte vor laufender Kamera, „dass die Flüchtlinge ab und zu auch mal hier Leute vergewaltigen und so“ (*Skandal: Flüchtlinge essen fünfjähriges Kind*, 11.12.2015), und berichtet dann noch von einem Fall der angeblichen Vergewaltigung eines jungen Mädchens. Daraufhin

ergänzte ein zweites Mädchen: „Eine Fünfjährige wurde gegessen ... lebendig ... von'm Flüchtling“ und fügte dann dazu: „stand auf Facebook“ (*Richtigstellung einer Manipulation*, 15.12.2015). Kurze Zeit später tauchte diese Interviewsequenz auf dem Blog „Buntesamt“ (Buntesamt Blogspot) auf, allerdings verkürzt um den relativierenden Nachsatz „stand auf Facebook“. Die Betreiber wollten sich offensichtlich über die rückstündigen Jugendlichen aus der Uckermark lustig machen. Das manipulierte Video fand daraufhin, wie so vieles im Netz, rasch eine gewisse Verbreitung. Inwieweit es geglaubt wurde oder nicht, lässt sich schwer beurteilen. Jedenfalls wurde der Fall von zahlreichen Online-Medien aufgegriffen, die binnen weniger Tage über die üble Manipulation aufklären wollten. („Warum das virale ‚Flüchtlinge essen Kinder‘-Video nicht lustig ist“; „Fünfjährige wurde gegessen – vom Flüchtling“: Das ist mit Abstand das absurdeste Gerücht über Flüchtlinge“, 14.12.2015; „Fünfjährige wurde gegessen. Vom Flüchtling – die bizarre Web-Karriere eines Videoschnipsels“, 14.12.2015; „Flüchtlinge sind keine Kannibalen“, 17.12.2015; „Flüchtlinge fressen Kinder. Wenn Satire ernst genommen wird“, 15.12.2015). Aus der Gerüchtforschung ist jedoch bekannt, dass Dementis die Verbreitung eines Gerüchts nicht stoppen, sondern das Gegenteil bewirken. Sie verstärken es; und das dürfte im Falle des „Flüchtlinge essen Kinder“-Gerüchts wohl auch passiert sein.

Die vehementen Dementis in Online-Zeitungen und Magazinen interessieren in unserem Zusammenhang hinsichtlich der Frage der Glaubwürdigkeit von Medienberichten. Sprechen die zahlreichen Dementis dafür, dass dem von dem manipulierten Video ausgehenden Gerücht – einmal abgesehen davon, dass es sich um eine reißerische Geschichte handelt – ein gewisses Maß an Glaubwürdigkeit zuteil wurde? Schwer zu sagen. Auf alle Fälle müssen wir davon ausgehen, dass ein durchschnittlicher Mediennutzer weder die Möglichkeit hat noch das Interesse, die Seriosität einzelner Meldungen zu überprüfen. Dennoch werden Informationen nur unter bestimmten Voraussetzungen weiterverbreitet, d.h. geteilt; und Glaubwürdigkeit ist – wie eingangs gesagt – eine davon.

Zur kognitiven Konstruktion von Glaubwürdigkeit und Plausibilität

Wie erzielt man nun Glaubwürdigkeit in Medienberichten, die gegenwärtige Sagen und Gerüchte thematisieren? Warum wird eine Geschichte einmal als glaubwürdig, ein anderes Mal als ungläubwürdig, einmal als potentiell wahr und ein anderes Mal als falsch eingeschätzt? Der Soziologe und Erzählforscher Gary Alan Fine hat sich mit dieser Frage mehrfach beschäftigt (Fine 1995; Fine/Khawaja 2005). Für ihn sind Dynamik und Struktur der Glaubwürdigkeit vom Zusammenspiel mehrerer Faktoren abhängig, die sich in der Praxis des Erzählens freilich in mehrfacher Weise überlagern. Diese sind: Erzähler_in, Erzählinhalt, Erzählkontext und Publikum. Je nachdem, wie diese Faktoren zueinander liegen, kann dieselbe Erzählung einmal als wahre Begebenheit, ein anderes Mal als glaubwürdige und/oder plausible Erzählung, als wilde Spekulation und zuletzt als vorsätzliche Erfindung betrachtet bzw. bezeichnet werden.

G. A. Fines Thesen gelten in erster Linie für jenen Teil gegenwärtiger Sagen und Gerüchte, in denen latent oder offen gesellschaftliche, politische oder wirtschaftliche Probleme thematisiert

werden. Beiden Genres gemeinsam ist, dass sie informelles, ungesichertes Wissen transportieren, dass die mitgeteilten Informationen nicht verifiziert und häufig verdächtig sind. Damit stellen sich für Fine zwei Fragen; erstens: Wie glaubwürdig ist die Erzählerin/der Erzähler, allgemeiner gesagt die Informantin/der Informant, noch allgemeiner gesagt: die Quelle? Und zweitens: Wie plausibel ist der Erzählinhalt? Fine führt hier also, das ist wichtig, einen zweiten Begriff ein. Während Glaubwürdigkeit von der Person bzw. der Quelle abhängt, bezieht sich Plausibilität auf den Inhalt des Mitgeteilten.

Welche Faktoren entscheiden darüber, ob eine Erzähler_in als glaubwürdig oder nicht und eine mitgeteilte Information als plausibel oder eben nicht eingeschätzt wird? Ein erstes Kriterium für beides bildet nach Fine die Benennung des Mitgeteilten. So wird (einerseits) ein/e Erzähler_in, die/der sich nicht von vornherein ihren/seinen Anspruch auf Glaubwürdigkeit beschneiden möchte, nicht die Genrebezeichnungen ‚gegenwärtige Sage oder Gerücht‘ verwenden. Tut sie/er es doch und sagt etwa „I am telling you a rumor“ (Fine 1995, S. 124), nimmt sie/er bereits eine selbstreflexive Haltung ein und stellt den Erzählinhalt in Zweifel. Glaubwürdigkeit kann die erzählende Person – sage ich – deshalb trotzdem beanspruchen. Denn die Haltung der kritischen Distanz kann eine subtile Strategie sein, hinter der sich unterschiedliche Absichten verbergen können. Erzählerin oder Erzähler können beispielsweise ihre Vorurteile bzw. ablehnende Haltung gegenüber Zuwanderer_innen durch die Verwendung des Begriffs Gerücht verschleiern, durch diesen rhetorischen Kniff aber dennoch zum Ausdruck bringen. Eine noch deutlichere Skepsis oder gar Distanz gegenüber dem Mitgeteilten liegt für Fine in der Ansage: „I am telling you a contemporary legend“. Damit sei von vornherein klar, dass es nicht um die Realität gehe, sondern um eine Geschichte, die allerdings dennoch Bezüge zur Realität aufweisen kann.

Wenn andererseits das Publikum einen Text als Gerücht oder Sage einstuft, macht es deutlich, dass es den Erzählinhalt nicht per se als Faktum akzeptiert, aber zumindest doch im entsprechenden Diskurs die Legitimität der Information und ebenso der Erzählerin/des Erzählers abwägt. Es genügt allerdings bereits das Hinzufügen des kleinen Worts „nur“, um den Wahrheitsanspruch einer Erzählung zu relativieren; also wenn man etwa sagt, „just a rumor“ oder „one of those legends that I read about in the newspaper“ (Fine 1995, S. 124-125). Formulierungen dieser Art betreffen beide hier interessierenden Kategorien. Auf diese Weise kann sowohl die Glaubwürdigkeit der Erzähler_in vermindert, als auch die Plausibilität des Mitgeteilten untergraben werden. Beide Labels – Gerücht und gegenwärtige Sage/Contemporary Legend – implizieren also bereits das Infragestellen der Information – die Plausibilität – und das Infragestellen des Rechts der Erzählerin, bestimmte Wahrheitsansprüche zu stellen – ihre Glaubwürdigkeit. Will man beides nicht haben, werde, so Fine, erst gar nicht von Gerücht oder Sage, sondern z.B. von Neuigkeiten oder Berichten über laufende oder interessante Ereignisse gesprochen (Fine 1995, S. 125).

Welche weiteren Kriterien sind, Fine zufolge, dafür verantwortlich, ob eine Mitteilung als glaubwürdig und/oder plausibel eingeschätzt wird? Wer verfügt über die Autorität, um eine Wahrheitsbehauptung als unsicher, nicht verifiziert und verdächtig einzustufen bzw. wer besitzt die Macht, über die Legitimität von Wahrheitsbehauptungen zu bestimmen? Die Entschei-

dung über die Akzeptanz eines Wahrheitsanspruchs wird im Wechselspiel von Erzähler_in und Zuhörer_in, Informant_in und Publikum, Autor_in und Leser_in gefällt, wobei freilich die Zuhörer_innen/Rezipient_innen/Leser_innen in diesem Prozess das letzte Wort haben. Sie bilden sich eine Meinung über die Seriosität der Information (Plausibilität) und der Erzählerin/des Erzählers (Glaubwürdigkeit), d.h. sie fällen letztlich ein Urteil. Aus der Perspektive der Zuhörer sieht G. A. Fine zunächst drei Faktoren, die bei der Evaluierung einer Quelle bzw. der Erzählerin/des Erzählers berücksichtigt werden. Er nennt diese *remove*, *realm* und *motive* (Fine 1995, 127). Das etwas missverständliche *Remove* meint, dass das Publikum normalerweise beträchtliches Gewicht auf die Einschätzung der Position der Erzählerin/des Erzählers legt, also auf den Aspekt, ob sie/er sich in einer Position befindet, das Behauptete wissen zu können, „as not being removed from the events“ (Fine 1995, 127); also: Ist sie/er nah genug an den Ereignissen dran, über die er berichtet, und/oder sind ihre/seine Quellen vertrauenswürdig? Mit *Realm* sind Reiche bzw. Bereiche des Wissens angesprochen. Manche Wissensbereiche gelten von vornherein als legitimiert oder seriös, andere als suspekt und abweichend. Die Zuordnung zu einem Wissensbereich wird vom Publikum getroffen. Sie ist vorentscheidend für die Evaluierung des Wahrheitsanspruchs (Glaubwürdigkeit und Plausibilität) einer Erzählung, kann aber je nach Zuhörer_in bzw. Publikum unterschiedlich ausfallen. Für manche Menschen zählen z.B. supranormale Wahrnehmungen wie Hellseherei, UFO-Sichtungen oder auch religiöse Wunder durchaus zu seriösen *realms*. Sie werden also entsprechende Erzählungen ernst nehmen. Andere ordnen solche Phänomene in den Bereich des Suspekten. Auch in solchen Fällen ist es noch möglich, dass eine entsprechende Erzählung zumindest ein gewisses Maß an Glaubwürdigkeit erlangt. Wieder andere ordnen entsprechende Informationen in einen Bereich jenseits faktischen Wissens, schenken ihnen keinerlei Plausibilität und schauen sich die vorgebrachten „Beweise“ gar nicht mehr an. Als drittes Kriterium der Evaluierung durch das Publikum nennt Fine *motive*. Damit sind die Motive der Erzählerin/des Erzählers angesprochen. Die Zuhörer_innen bilden sich ein Urteil über die möglichen Absichten bzw. Interessen der Erzählerin/des Erzählers, aber auch über deren/dessen Geschichte bzw. Biografie. Was bezweckt sie/er, indem sie/er eine unbestätigte Information als tatsächliches Ereignis schildert? Hat sie/er etwas zu gewinnen, oder möchte sie/er etwas verheimlichen? Hat sie/er früher bereits spärliche Informationen mitgeteilt? Jeder Text korrespondiert ja gewissermaßen mit früher mitgeteilten und beeinflusst somit die Glaubwürdigkeit der Erzählerin/des Erzählers.

Neben der Einschätzung des Erzählers und seiner Quelle sind für Fine, wie bereits gesagt, noch weitere Aspekte für die uns interessierende Thematik der Glaubwürdigkeit und Plausibilität entscheidend, die freilich immer mit den vorher genannten korrespondieren: Da ist zunächst der Erzählkontext, die speziellen Umstände bzw. das Setting oder Milieu der Kommunikation. Auch hier wird letztlich die Erzählerin/der Erzähler als Quelle, aber auch der Inhalt der Erzählung evaluiert. Aber je nach Distanz vom Ereignis – ich füge hinzu: je nach Brisanz der Information bzw. ihres Kontexts – wird der Wahrheitsanspruch unterschiedlich streng taxiert. So ist etwa unmittelbar nach einer Katastrophe (Schneider 2016, Fine/Ellis 2010) – wie etwa nach den Anschlägen am 11. September in den USA – der Bedarf an Informationen besonders hoch. In solchen Situationen werden Gerüchte bzw. sagenhafte Berichte häufig relativ unkritisch ernst genommen bzw. auch für wahr gehalten. Die Sorgfalt, mit der eine Information bewertet

wird, hängt überhaupt wesentlich von den Faktoren Unmittelbarkeit und Wichtigkeit ab, wobei Erzählungen, die entweder unmittelbar daherkommen oder aber sehr geringe Bedeutung haben, am wenigsten kritisch betrachtet werden, während solche, die sehr wichtig sind, aber keinen unmittelbaren Handlungsbedarf erfordern, am stärksten angezweifelt werden. Das mag in der Theorie stimmen, in der Praxis aber nicht immer.

Darüber hinaus ist der konkrete Raum einer Erzählung, sein physischer Ort mitentscheidend für die Beurteilung der Glaubwürdigkeit. So wird man z.B. im Rahmen einer Cocktailparty leichter einen Wahrheitsanspruch behaupten können als auf einer wissenschaftlichen Tagung. Und schließlich spielt der Erzählstil – man könnte auch sagen die Erzählhaltung oder die Form der Präsentation – eine Rolle: Wenn etwa die/der Erzähler_in sich bewusst nicht hinter die mitgeteilte Information stellt und so gleichsam dazu auffordert, den Wahrheitsgehalt der Information anzuzweifeln. Dahinter kann allerdings, wie bereits gesagt, auch eine rhetorische Strategie stecken, die letztlich doch auf die Erzielung eines gewissen Wahrheitsanspruchs, bzw. von Glaubwürdigkeit und Plausibilität abzielt. Die Rolle des Publikums bzw. der Leserschaft von Medienberichten wird, das betont Fine, im Diskurs der Glaubwürdigkeit und Plausibilität meist zu wenig berücksichtigt.

Aus dem bisher Gesagten geht hervor, dass sich die Beurteilung der Glaubwürdigkeit und Plausibilität eines in den Medien auftauchenden Gerüchts oder einer gegenwärtigen Sage in einem dichten Geflecht von Einflussfaktoren vollzieht. Bei Verschiebung einzelner Parameter kann das Ergebnis völlig anders aussehen. In keinem Fall werden wohl alle von Fine angeführten Kriterien zutreffen bzw. schlagend werden. Und in jedem Fall dürfen wir die Anforderungen an Glaubwürdigkeit nicht lediglich auf die Person einer Erzählerin/eines Erzählers und deren Seriosität beziehen. Wir müssen sie vielmehr auf die Quelle einer Mitteilung in den Medien ausweiten.

Ehe wir die eben vorgestellte Theorie an einigen ausgewählten Beispielen überprüfen bzw. durchspielen wollen, komme ich noch einmal auf das Eingangsbeispiel des Kinder fressenden und Eier legenden syrischen Flüchtlings zurück. Wie konnte einer derart absurden Geschichte auch nur ein gewisses Maß an Ernsthaftigkeit (ich vermeide jetzt einmal die Begriffe Glaubwürdigkeit und Plausibilität) zuteil werden? Der erste Schritt war mit Sicherheit, dass sie ihren „Erzählkontext“ mehrmals gewechselt hat, also von der satirischen Webseite auf Facebook und dann in eine Fernsehdokumentation, dann wieder auf eine satirische Seite, dann auf YouTube und wieder Facebook etc. Wenn man Fines Kriterien der Glaubwürdigkeit von einer/m individuellen Erzähler_in auf die wechselnden Quellen ausweitet, muss man sagen, es gibt wohl Leute, die glauben, was auf Facebook steht, was sie auf YouTube oder im Fernsehen sehen. Aber plausibel erscheint der Erzählinhalt, also die mitgeteilte Information, so möchte man meinen, doch in keinem der wechselnden Kontexte. Dass dieser unglaublichen Geschichte dennoch eine gewisse Karriere nicht nur als Satire über Vorurteile gegenüber Flüchtlingen zuteil wurde, muss andere Gründe haben. Hier kommen Fines Kriterien „Setting“ oder „Milieu der Kommunikation“ ins Spiel, aber auch jenes der „Brisanz der Information“ sowie die Faktoren „Unmittelbarkeit“ bzw. Nähe zum Ereignis. Und da wird man feststellen, dass in dem aufgeheizten Klima der Verunsicherung, der von rechten Politiker_innen geschürten Ängste ge-

genüber Flüchtenden, die Bereitschaft gegeben war, selbst vollkommen absurden Meldungen so etwas wie Glaubwürdigkeit und Plausibilität zuzugestehen. Und man muss sehen, dass in einem solchen Klima immer das Gefühl vor dem Verstand kommt, also Emotionen über Kognitionen gestellt werden. Für die ablehnende, ja feindliche Haltung gegenüber hilfeschuchenden Flüchtenden gibt es ja faktisch keine rationalen Argumente, dafür aber umso mehr emotionale. Und diese können über die Weiterleitung von Geschichten und Gerüchten, in denen Flüchtlingen von Gewaltbereitschaft, Drogendealerei bis hin zu Vergewaltigungs- und Kannibalismusvorwürfen alles Mögliche unterstellt wird, sozusagen vom Bauch in den Kopf gelangen, also geäußert werden.

Im Folgenden möchte ich die vorgestellten Überlegungen zur Frage der Glaubwürdigkeit bzw. Plausibilität von gegenwärtigen Sagen und Gerüchten in unterschiedlichen Medien an ausgewählten Beispielen bzw. Themenbereichen vertiefen. Alle bieten sich aufgrund ihrer gesellschaftlichen Brisanz, der mit ihnen verbundenen Ängste und Vorurteile für die Gerüchte- bzw. Sagenbildung geradezu an. Es geht um die Bereiche Krankheit bzw. Epidemien, Terror und Migration.

Beispiel 2: Geschichten über Aids

Anfang der 1980er Jahre wurden die ersten Fälle der bis dahin unbekanntes, hoch infektiösen Viruserkrankung öffentlich. Die infizierten Menschen waren dem Tode geweiht. Man wusste zunächst nicht, woher die Krankheit kam und wie man sich damit ansteckte. Das Humane Immundefizienz-Virus (HIV) breitete sich innerhalb kurzer Zeit über die ganze Welt aus. Beinahe ebenso schnell entstanden in einem Klima der Angst und Verunsicherung Verschwörungstheorien und Gerüchte über die Entstehung der Seuche und mehr noch über die Infektion damit. Hinsichtlich der Entstehung sei lediglich jene auch von Wissenschaftler_innen zum Teil vertretene Verschwörungstheorie genannt, der zufolge das Virus 1979 von Wissenschaftlern in einem amerikanischen Militärlabor gezüchtet worden sei, um zur biologischen Kriegsführung verwendet zu werden. Sie soll vom sowjetischen Geheimdienst KGB in Umlauf gebracht worden sein. Ohne Zweifel fanden viele Menschen diese Erklärungstheorie sowohl glaubwürdig als auch plausibel. Wesentlich weitere Verbreitung fanden aus verständlichen Gründen – das Virus bzw. die Krankheit bedroht und betrifft ja prinzipiell direkt oder indirekt uns alle – Gerüchte und Geschichten, die Erklärungen für die Infektion mit dem tödlichen Virus anboten. In der ersten Phase, als über die tatsächlichen Infektionswege noch kein gesichertes Wissen vorhanden war, kursierten Gerüchte über die Ansteckung durch Klobrillen, Tröpfcheninfektion, Zungenküsse und Ähnliches. Nachdem feststand, dass die Infektion im Wesentlichen über Körperflüssigkeiten abläuft, konzentrierte sich die Gerüchte- bzw. Sagenbildung auf die Bereiche der (absichtlichen) Infektion durch Sexualkontakte und HIV-infizierte Spritzen (Schneider 1992). Ich beschränke mich im Folgenden auf die Infizierung durch Sexualkontakte. Hier entstanden einige wenige Typen von Erzählungen, die einmal von der absichtlichen Infektion durch Frauen, das andere Mal durch Männer handelten. Entsprechende Erzählungen kamen in den späten 1980er Jahren auf und fanden binnen Kurzem weltweite Verbreitung. Ich gebe im

Folgenden ein Beispiel einer solchen Erzählung; sie war in der Bundesländerausgabe einer österreichweiten Tageszeitung als wahre Begebenheit abgedruckt:

Diese grausige Geschichte ist leider nicht erfunden, sondern durch Gewährspersonen, darunter einen Tiroler Arzt, der aus verständlichen Gründen nicht genannt sein will, belegt: Ein 19jähriges Mädchen, das im Vorjahr seinen ersten ‚Traumurlaub‘ auf einer griechischen Insel verlebte, lernte dort einen jungen charmanten Griechen kennen – und lieben. Beim Abschied drückte ihr der junge Mann ein Päckchen mit einer rosa Schleife in die Hand: „Mein Abschiedsgeschenk. Du darfst es aber erst öffnen, wenn du zu Hause bist“, radebrechte er auf Englisch. Die junge Griechenland-Urlauberin öffnete zu Hause sofort das Paket – und fiel aus dem Liebeshimmel in die Hölle. Das Päckchen enthielt eine tote Ratte und die lapidare Mitteilung: ‚Welcome to the Aids-Club.‘ Mehr nicht. Zwei anonyme Aids-Tests, denen sich das Mädchen sofort unterzog, waren vorerst negativ, erst der dritte, einige Wochen später durchgeführt, brachte die niederschmetternde Gewissheit: Ihr Griechenland-Abenteuer hat dem behüteten Mädchen eine Aids-Infektion mit vermutlich lebenslangem Siechtum eingetragen [...] (Kurier 1989, S. 15).

Der Bericht über die angebliche Aidsinfektion beanspruchte insgesamt eine gesamte Seite der Zeitung. Zwischen Schlagzeile und Text war eine große Abbildung eines exotischen Palmenstrandes montiert, das trügerisch harmlose Szenario der tödlichen Infektion; links daneben ein Foto der Innsbrucker Stadtphysika, die im Anschluss an die oben zitierte Geschichte mit einigen allgemeinen Statements zur Verbreitung von Aids in Tirol zitiert wurde. Am Ende des Artikels stand die eindringliche Warnung der Ärztin und ihrer Kollegen vor ‚Sexferien‘ in Mittelmeerländern, in Afrika oder Ostasien, besonders in Thailand. Die Story war zweifellos reißerisch aufgemacht. Aber auf der gesamten Seite fand sich kein auch noch so kleiner Hinweis, der die Faktizität des Geschilderten in Zweifel gezogen hätte. Was weder die Verfasserin des Artikels noch die Innsbrucker Amtsärztin wussten: Es handelt sich hier um eine der am weitesten verbreiteten Contemporary Legends überhaupt, die Teil eines größeren Erzählkomplexes über die absichtliche Infektion mit Aids ist. Die Geschichte trat grundsätzlich in zwei Varianten auf. In der einen infiziert ein HIV-positiver Mann eine Frau, so in dem oben zitierten Text. In der zweiten sind die Rollen vertauscht, die Frau ist HIV-positiv, der Mann das Opfer. Wenden wir nun die vorgestellten Überlegungen zu Glaubwürdigkeit und Plausibilität auf die oben zitierte Zeitungsmeldung an. Es ist nicht verwunderlich, dass beide Kriterien für viele Leser_innen zutrafen. Die Glaubwürdigkeit der Erzählerin, der mit ihrem Namen firmierenden Journalistin, wird noch durch das große Bild und Statements der Amtsärztin untermauert. Viele Zeitungsleser_innen halten Fotografie für ein authentisches Medium. Desgleichen gelten Journalistinnen und Ärztinnen weithin als glaubwürdige Quellenautoritäten. Aber auch der Inhalt erschien durchaus plausibel, war doch bekannt, dass die Infektion häufig durch Sexualkontakte erfolgt. Dass One-Night-Stands ein höheres Risiko bergen als Dauerbeziehung, lag nahe.

Es gibt aber noch andere Faktoren, die dieser Geschichte ein hohes Maß an Glaubwürdigkeit und Plausibilität bescherten: „Setting“ oder „Milieu der Kommunikation“, „Brisanz der Infor-

mation“, „Unmittelbarkeit“ und „Wichtigkeit“. In der Frühzeit von Aids kursierte ein dichtes Netz ungesicherten Wissens. Ebenso waren Erklärungs- und Informationsbedarf und desgleichen Angst und Verunsicherung besonders groß. In solchen Situationen ist man geneigt, jegliche Information – und solche bieten eben gerade gegenwärtige Sagen, unkritisch anzunehmen, spricht für plausibel zu halten. Die Wichtigkeit des Ereignisses hätte zwar eine genaue Überprüfung erfordert (ein durchschnittlicher Medienkonsument ist dazu gar nicht in der Lage). Das dringende Bedürfnis an Information überwog aber. Schließlich kommt noch ein weiterer Faktor ins Spiel: die Möglichkeit, sich in die Rolle der Akteur_innen der Geschichten zu versetzen und damit eine gefahrvoll erscheinende Nähe zum Ereignis herzustellen. Schließlich ist jeder nicht zölibatär lebende Mensch potentiell gefährdet. Auch die Möglichkeit, sich in die Rolle der Akteur_innen zu versetzen, ließ die Geschichte für viele Rezipient_innen jedenfalls plausibel erscheinen. G. A. Fine hat auf die Bedeutung des Role Taking für die Frage der Glaubwürdigkeit und Plausibilität wiederholt hingewiesen. Wir kommen damit zu einem weiteren exemplarischen Erzählkomplex.

Beispiel 3: Geschichten, Gerüchte und Verschwörungstheorien um 9/11

Nach den Anschlägen auf das World Trade Center und das Pentagon am 11. September 2001 entstanden relativ rasch Gerüchte und Geschichten über die Hintergründe der Ereignisse und die Motive der Attentäter (Schneider 2006, Schneider 2016). Erst mit einiger Verzögerung kursierte in unterschiedlichen Formen ein Konglomerat von Verschwörungstheorien. Der Großteil davon spielte sich im Netz ab. Es gab eine ganze Reihe von Ungereimtheiten, die Anlass für Misstrauen gegenüber den offiziellen Darstellungen der Ereignisse und damit Anknüpfungspunkte für Verschwörungstheorien boten. Für die Untersuchung der Konstruktion von Glaubwürdigkeit und Plausibilität in Geschichten und Gerüchten entstand jedenfalls ein unerschöpfliches Forschungsfeld, auf das hier nur skizzenhaft eingegangen werden kann.

Zunächst fällt auf, dass Gerüchte und Verschwörungstheorien – das mag im ersten Moment verwundern – sich nicht in erster Linie gegen die Attentäter, das Terrornetzwerk Al-Qaida oder muslimische Fundamentalisten richteten, sondern gegen die Regierung der Vereinigten Staaten. Konkret geht es immer wieder um die Unterstellung, bestimmte Kreise innerhalb der US-Regierung oder der Geheimdienste hätten die Attentate selbst geplant und ausgeführt oder sie zumindest zugelassen und absichtsvoll Untätigkeit angeordnet, um die Lage für ihre Kriegspläne zu nützen. Das Schlagwort dafür lautete *inside job*. Andere Theorien sehen hinter den Terroranschlägen eine jüdische Verschwörung. Dass die Verantwortung für die Attentate Al-Qaida zugeschrieben wurde, wurde dagegen selbst als unbewiesene Verschwörungstheorie bezeichnet, die die Aufdeckung der „wahren“ Täter verhindern sollte. Medienberichte, eine Fülle von Buchpublikationen, aber auch Dokumentarfilme bzw. Filmreportagen, wie z.B. Michael Moores „Fahrenheit 9/11“ erörtern diese Unterstellungen in vielfältiger Weise. Diese und andere Verschwörungstheorien werden im Internet bzw. seinen Diensten noch immer diskutiert.

Einen regelrechten Hype erlebten verschwörungstheoretische Ansätze durch den zunächst ausschließlich im Netz verbreiteten Amateurfilm „Loose Change“. Er wurde im April 2005 ins Netz gestellt und fasste wesentliche Elemente der Verschwörungstheorien zusammen. Dan

Avery, Drehbuchautor, Regisseur und Erzähler, ein damals 22-jähriger New Yorker, wollte ursprünglich eine Fiction Story über eine mögliche Verschwörung in Verbindung mit den Anschlägen von 9/11 drehen. Während seiner Recherchen wurde er gleichsam selbst zum Opfer der Verschwörungstheorien und änderte sein Filmkonzept in Richtung einer Dokumentation. Mit über 10 Millionen Sehern zählte die erste Version von „Loose Change“ zu den am häufigsten im Internet gesehenen Filmen des Jahres 2006. Ein Jahr später ging eine erweiterte Version online („Loose Change – Final Cut 2007“).

Ein Nebenstrang der Verschwörungstheorien richtete sich gegen angebliche jüdische Drahtzieher der Anschläge, einmal gegen die israelischen Geheimdienste Shabak und Mossad, andere Male gegen die israelische Regierung oder das „Weltjudentum“. Interessant daran ist unter anderem, dass die (Print-)Medien bei der Entstehung der betreffenden Gerüchte eine führende Rolle spielten. Die Gerüchte setzten bereits wenige Tage nach den Ereignissen von 9/11 ein. Schon am 15. September 2001 meldete die syrische Staatszeitung Al Thawra, dass am Tag der Anschläge 4.000 Juden nicht zur Arbeit im WTC erschienen wären (daher die Bezeichnung für diesen Strang der Gerüchtebildung: „Absent without Leave“). In der Folge entstand das hartnäckige Gerücht, Juden hätten von den Anschlägen gewusst, d.h. seien darin verwickelt gewesen. Ausgangspunkt soll ein bereits am 12. September in der Jerusalem Post erschienener Artikel gewesen sein, in dem von Hunderten vermissten Israelis die Rede war, und davon, dass das israelische Außenministerium die Zahl von 4.000 um das WTC und das Pentagon lebenden Israelis genannt hatte. Es bräuchte eigentlich nicht gesagt werden, dass es keinerlei Beweise für das behauptete jüdische Vorwissen gab. Dagegen wurden nach offiziellen Opferlisten ca. 400 jüdische US-Bürger (15% der Opfer) und ein israelischer Staatsangehöriger bei den Anschlägen getötet.

Nun aber zu einer exemplarischen Geschichte, anhand derer sich die Bedeutung des Role Taking für die Erlangung von Glaubwürdigkeit und Plausibilität gut erklären lässt.

Hi All –

I think you all know that I don't send out hoaxes and don't do the reactionary thing and send out anything that crosses my path. This one, however, is a friend of a friend and I've given it enough credibility in my mind that I'm writing it up and sending it out to all of you.

My friend's friend was dating a guy from Afghanistan up until a month ago. She had a date with him around 9/6 and was stood up. She was understandably upset and went to his home to find it completely emptied. On 9/10, she received a letter from her boyfriend explaining that he wished he could tell her why he had left and that he was sorry it had to be like that. The part worth mentioning is that he BEGGED her not to get on any commercial airlines on 9/11 and not to go to any malls on Halloween. As soon as everything happened on the 11th, she called the FBI and has since turned over the letter.

This is not an email that I've received and decided to pass on. This came from a phone conversation with a long-time friend of mine last night.

I may be wrong, and I hope I am. However, with one of his warnings being correct and devastating, I'm not willing to take the chance on the second and wanted to make sure that people I cared about had the same information that I did (Halloween Mall Attack Rumor. 2001).

Die Geschichte begann am 5. Oktober 2001 via E-Mail zu kursieren. Wenn man allein die hier vorgestellte Variante analysieren wollte, würde man einiges für uns Interessantes feststellen; so etwa erzeugen bereits die Einleitungssätze eine gewisse Glaubwürdigkeit des Erzählers/der Erzählerin: „I think you all know that I don't send out hoaxes“ und dann „This one, however, is a friend of a friend and I've given it enough credibility in my mind“. Wir wollen aber im Folgenden vorwiegend den Aspekt des Role Taking für die Erzielung von Plausibilität näher betrachten. Zuvor noch ein paar Angaben zu den unterschiedlichen Varianten der Geschichte in den USA und Europa. In den frühen, in den USA kursierenden Versionen geht es um ein Mädchen, deren arabischer, muslimischer Freund kurz vor den Anschlägen des 11. September verschwindet, nicht ohne eine Nachricht zu hinterlassen, d.h. eigentlich eine doppelte Warnung auszusprechen. Die erste bestätigt sich, die zweite nicht. Die Form einer doppelten Prophezeiung – das sei nur am Rande bemerkt – ist ein stilistisches Mittel, das auch aus anderen Zusammenhängen bekannt ist. Die Geschichte war nicht nur in den Vereinigten Staaten von Amerika weit verbreitet, sie gelangte auch in viele europäische Länder, wo sie allerdings, um plausibel zu erscheinen, leicht abgeändert wurde, zumal die Anschläge vom 11. September ja in Europa keine unmittelbare Gefahr bedeutet hatten. Nicht der Freund, sondern ein unbekannter Mann arabischer Herkunft, dem eine junge Frau eine verlorene Geldtasche aufhebt und nachträgt oder Geld leiht, spricht eine ähnliche Warnung vor einem Terroranschlag aus. Als Anschlagziel werden meist Einkaufszentren in großen Städten genannt.

Am Beispiel der „Grateful-Terrorist“-Erzählung wird besonders augenfällig, was Role Taking, in diesem Fall: in die Rolle des Protagonisten der Erzählung schlüpfen bzw. zumindest sich in diesen hineinversetzen können, in Hinblick auf die Plausibilität der Geschichte bewirken kann. Wir können uns durchaus vorstellen, dass, wären wir selbst in der Rolle des Terroristen, die Gefühle gegenüber Mitmenschen auch einmal die politischen Motive übersteigen können. Erzähler_in und Zuhörer_innen/Leser_innen können sich vorstellen, ähnlich zu handeln, würden sie selbst einen Terroranschlag planen. Auch wenn ein Terrorist grausame Taten begeht, überkommen ihn im persönlichen Kontakt Schuldgefühle und er möchte nicht nur seine Freundin, sondern auch eine Augenblicksbekannntschaft, die ihm Gutes getan hat, vor dem Verderben bewahren. Der Terror erhält hier ein menschliches Antlitz, der Terrorist wird uns beinahe sympathisch. Die Erzählung vermenschlicht im Grunde genommen den Terroristen, „makes him more like us, allowing us to engage in sympathetic role-taking“ (Fine 2005, S. 193). Er erscheint als eine Einzelperson. Wir müssen nicht glauben, dass das Erzählte wahr ist, aber akzeptieren, dass die Ereignisse passiert sein könnten. Wir können den Wahrheitsgehalt des Erzählten durchaus anzweifeln. Zweifel bedeutet aber nicht Verleugnung. Wir können uns den Terroristen vorstellen als einen Menschen, der die Gesellschaft hasst, aber Individuen liebt. So gesehen erscheint der Erzählinhalt durchaus als plausibel.

Beispiel 4: Gerüchte über Flüchtlinge

Kommen wir am Ende noch einmal auf das erste Forschungsfeld zurück. Im Gefolge der Flüchtlingsströme ab Mitte des Jahres 2015 kursierte nicht nur eine Vielzahl absurder Unterstellungen in der Art der eingangs vorgestellten. Es entstanden ebenso viele Gerüchte, die auf unterschiedliche Weise an reale Ereignisse anknüpften und die daher von vornherein ein höheres Maß an Glaubwürdigkeit bzw. Plausibilität beanspruchen konnten (vgl. „Hoax-map, Neues aus der Gerüchteküche“). Für uns interessant ist, dass die Gerüchte nicht nur in erster Linie über die Medien verbreitet wurden, sondern dass diese an ihrer Entstehung entscheidend beteiligt waren.

Ich erwähne nur ein Beispiel, über das in verschiedenen Medien besonders intensiv berichtet wurde: den Fall des für 30 Stunden verschwundenen, angeblich vergewaltigten, dreizehnjährigen russlanddeutschen Mädchens Lisa, der sich am 11. Januar 2016 in Berlin-Marzahn ereignet haben soll („Berlin: Minderjährige vergewaltigt“, 19.01.2016). Obwohl Polizeistellen klarstellten, dass das Mädchen weder entführt noch vergewaltigt wurde, verbreitete sich in Windeseile das Gerücht, das Mädchen sei von Migranten entführt und in einer Wohnung mehrfach vergewaltigt worden. Entscheidenden Anteil an der Verbreitung der Geschichte hatte ein manipulativer Fernsehbericht des Berliner Büroleiters des russischen Fernsehsenders Erster Kanal am 16. Januar 2016, in dem eine angebliche Tante der 13-Jährigen vor laufender Kamera die Vergewaltigung beschrieb und die Täter als fremd aussehende Männer bezeichnete („Wirbel um angebliche Vergewaltigung von 13-Jähriger in Berlin“, 21.01.2016). Der Bericht wurde mit deutschen Untertiteln versehen ins Netz gestellt und häufig geteilt. Nachdem mehrere russische Fernsehsender von der angeblichen Vergewaltigung berichtet hatten, trat gar der russische Außenminister Sergej Lawrow in Moskau vor die Presse, sprach über das angeblich von mehreren Flüchtlingen vergewaltigte russlanddeutsche Mädchen und warf den deutschen Behörden Vertuschung vor. Man kann sich leicht vorstellen, dass daraufhin wiederum neue Gerüchte in Umlauf gerieten, der russische Geheimdienst würde hinter der ganzen Sache stehen. In Berlin und anderen Städten (Nürnberg, Regensburg, Erlangen, Aachen, in Ostwestfalen, in Rastatt, Offenburg, Villingen-Schwenningen) waren mittlerweile nicht nur NPD- und AfD-Sympathisanten, sondern auch Mitglieder der russlanddeutschen Community zu Demonstrationen zusammengetroffen, wobei gerade letztere, obwohl selbst Menschen mit Migrationshintergrund, in Fernsehinterviews besonders heftig über Flüchtlinge und die Polizei schimpften. Noch am 23. Januar hielt der „Konvent der Russlanddeutschen“ vor dem Bundeskanzleramt in Berlin eine Demonstration ab, auf der der Vorsitzende der Russlanddeutschen die Vergewaltigungsvorwürfe trotz aller Dementis der Polizei in seiner Rede wiederholte.

Für die uns interessierenden Fragen der Glaubwürdigkeit und Plausibilität lässt sich aus dem obigen wiedergegebenen Gerücht einiges lernen. Was den Aspekt der Glaubwürdigkeit betrifft, gilt es zu bedenken, dass die Geschichte von der angeblichen Vergewaltigung zunächst in erster Linie von russischen Fernsehkanälen verbreitet wurde. Für viele Menschen stellen Fernsehstationen bzw. deren Journalisten durchaus seriöse Quellenautoritäten dar. Die Bereitschaft, ihnen Glauben zu schenken, ist also groß. Mit Blick auf den Inhalt und somit die Plausibilität des Mitgeteilten muss man sagen: Sexuelle Gewalt gegen Frauen ist leider keine Seltenheit.

Mitunter sind auch Männer mit Migrationshintergrund die Täter. So gesehen musste das Gerücht vielen Menschen plausibel erscheinen. So überzeugend die Argumente für die Glaubwürdigkeit und Plausibilität auch sein mögen, sie sind nicht hauptverantwortlich für den „Erfolg“ des Gerüchts von der angeblichen Vergewaltigung des dreizehnjährigen Mädchens. Ich komme zum Schluss.

Fazit

Wir müssen uns zunächst in Erinnerung rufen, dass durchschnittliche Mediennutzer meist weder Zeit und Interesse haben noch über die Möglichkeit verfügen, den Wahrheitsgehalt von Medienberichten zu überprüfen. Sie vertrauen stattdessen darauf, dass Print- und audiovisuelle Medien sauber recherchieren, und halten für wahr, was in der Zeitung steht oder im Fernsehen berichtet wird. So gesehen können und wollen sie gar nicht die Faktizität des Mitgeteilten anzweifeln. Dass Gerüchte, wie das oben vorgestellte, vielfach für wahr gehalten werden, hat aber noch andere Gründe. Die Konjunktur der Flüchtlingsgerüchte folgte ja den medial intensiv kommentierten jüngsten Migrationsbewegungen ab dem Sommer 2015 auf dem Fuß. Es liegt auf der Hand, dass in dieser Situation die auch von Fine angeführten Kriterien der „Brisanz der Information“, der „Unmittelbarkeit“, also der Nähe zum Ereignis eine entscheidende Rolle spielten. Noch wichtiger ist aber die Erkenntnis, dass viele Geschichten unabhängig von allen angeführten Kriterien schlicht und einfach geglaubt werden wollen, weil sie gängige Vorurteile bestätigen und weil sie – das darf nicht übersehen werden – vielfach vorhandene Ängste in symbolischer Form artikulieren. Aus diesen Gründen wollte die Geschichte über die angebliche Vergewaltigung von vielen Menschen geglaubt werden. Verwerflich dabei ist, dass politische Parteien und Bewegungen am rechten Rand immer wieder und im obigen Fall sogar das politische Establishment Russlands die vorhandenen Vorurteile und Ängste mittels solcher Geschichten schüren, um daraus Kapital zu schlagen. Bedenklich daran ist schließlich, dass sich die Medien, genauer gesagt viele Journalist_innen, durch die Verbreitung entsprechender Falschmeldungen der kurzfristigen Aufmerksamkeit wegen instrumentalisieren lassen, häufig wohl ohne es selbst zu bemerken.

Literatur

- Fine, Gary Alan (1995): Accounting for Rumor. The Creation of Credibility in Folk Knowledge. In: *Folklore Interpreted. Essay in Honour of Alan Dundes*. Ed. By Regina Bendix and Rosemary Lévy Zumwalt. N.Y.: Garland, S. 123-136.
- Fine, Gary Alan; Khawaja, Irfan (2005): Celebrating Arabs and Grateful Terrorists. Rumor and the Politics of Plausibility. In: Fine, Gary Alan; Champion Vincent, Veonique, Heath, Chip (edd.): *Rumor Mills. The Social Impact of Rumor and Legend*. New Brunswick/ London: Aldine Transaction, S. 189-206.
- Fine, Gary Alan; Ellis, Bill (2010): *The Global Grapevine: Why Rumors of Terrorism, Immigration, and Trade Matter*. New York: Oxford University Press.

Goldstein, Diane E. (2004): *Once Upon a Virus. Aids Legends and Vernacular Risk perception*. Logan: Utah State University Press.

Kurier, Ausgabe Tirol vom 27. 6.1989.

Schneider, Ingo (1992): Geschichten über Aids. Zum Verhältnis von Sage und Wirklichkeit. *Österr. Zeitschrift für Volkskunde*, N.S. XLVI, 1, S. 1-28.

Schneider, Ingo (2006): 9/11 – fünf Jahre danach. Über Voraussetzungen und Folgen des Erzählens von Gerüchten und gegenwärtigen Sagen. *kuckuck. Notizen zur Alltagskultur*, Themenheft Gerüchte, 2/2006, S. 41-46.

Schneider, Ingo (2016): Terror als Katastrophe. Über den erzählerischen Umgang mit den Anschlägen vom 11. September 2001. In: Rieken, Bernd (Hg.): *Erzählen über Katastrophen. Beiträge aus Ethnologie, Deutscher Philologie und Psychotherapiewissenschaft*. Münster: Waxmann, S. 151- 164 (= Psychotherapiewissenschaft in Forschung, Profession und Kultur, Bd. 17).

Internetquellen

Berlin: Minderjährige vergewaltigt. 19.01.2016. Abrufbar unter URL: <https://de.sputnik-news.com/gesellschaft/20160117307158514-berlin-minderjaehrige-vergewaltigt-polizeitatenlos/> (Zugriff am 06.06.2017).

Buntesamt Blogspot. <http://buntesamt.blogspot.co.at> (Zugriff am 01.06.2017).

Flüchtling renkt seinen Unterkiefer aus und verspeist blondes deutsches Kind bei lebendigem Leib. 26.08.2015. Abrufbar unter URL: <http://www.der-postillon.com/2015/08/fluechtling-renkt-seinen-unterkiefer-aus.html> (Zugriff am 01.06.2017).

„Fünfjährige wurde gegessen – vom Flüchtling“: Das ist mit Abstand das absurdeste Gerücht über Flüchtlinge. 14/12/2015. Abrufbar unter URL: http://www.huffingtonpost.de/2015/12/14/fuenfjaehrige-wurde-gegessen---vom-fluechtling---das-ist-mit-abstand-das-absurdeste-geruecht-uber-fluechtlinge_n_8802738.html (Zugriff am 01.06.2017).

„Fünfjährige wurde gegessen. Vom Flüchtling“ – die bizarre Web-Karriere eines Videoschnipsels. 14.12.2015. Abrufbar unter URL: <http://meedia.de/2015/12/14/fuenfjaehrige-wurde-gegessen-vom-fluechtling-die-bizarre-web-karriere-eines-videoschnipsels/> (Zugriff am 01.06.2017).

Flüchtlinge fressen Kinder. Wenn Satire ernst genommen wird. 15.12.2015. Abrufbar unter URL: <http://derstandard.at/2000027482022/Fluechtlinge-fressen-Fuenfjaehrige-Wenn-Satire-ernstgenommen-wird> (Zugriff am 12.06.2017).

Halloween Mall Attack Rumor. 2001. Abrufbar unter URL: <http://www.snopes.com/rumors/mallrisk.asp> (Zugriff am 30.11.2016).

Hoaxmap, Neues aus der Gerüchteküche. Abrufbar unter URL: <http://hoaxmap.org> (Zugriff am 12.06.2017).

Loose Change – Final Cut 2007. Abrufbar unter URL: <https://www.youtube.com/watch?v=YZ3yoMqCZUw> (Zugriff am 12.06.2017).

Flüchtlinge sind keine Kannibalen. 17.12.2015. Abrufbar unter URL: <http://www.faz.net/aktuell/feuilleton/debatten/von-der-karriere-des-geruechts-fluechtlinge-seien-kannibalen-13969619.html> (Zugriff am 12.06.2017).

Richtigstellung einer Manipulation. 15.12.2015. Abrufbar unter URL: <https://www.youtube.com/watch?v=BglnvAwW6c> (Zugriff am 01.06.2017).

Skandal: Flüchtlinge essen fünfjähriges Kind. 11.12.201. Abrufbar unter URL: <https://www.youtube.com/watch?v=hVPYoz4Cbwk&sns=fb> (Zugriff am 12.06.2017).

Warum das virale „Flüchtlinge essen Kinder“-Video nicht lustig ist. Abrufbar unter URL: https://www.vice.com/de_at/article/warum-das-virale-fluechtlinge-essen-kinder-video-nicht-lustig-ist-787 (Zugriff am 01.06.2017).

Wirbel um angebliche Vergewaltigung von 13-Jähriger in Berlin. 21.01.2016. Abrufbar unter URL: https://www.youtube.com/watch?v=OEmZ_oDztIQ (Zugriff am 06.06.2017).

Blinder Klatsch: Glaubwürdigkeit und Wahrheitsanspruch der alternativen Prominentenberichterstattung

Heike Ortner

Zusammenfassung

Die Klatschpresse wird häufig als Inbegriff der Lügenpresse und sowohl im öffentlichen als auch im wissenschaftlichen Diskurs als minderwertige Form der Unterhaltung betrachtet. Nichtsdestoweniger hat sich die Berichterstattung über Prominente zu einem umfangreichen Nachrichtensektor entwickelt. Im Mittelpunkt steht die unterhaltsame Inszenierung von Personen, Images und Heldengeschichten. Für viele Prominente handelt es sich nicht um ein unerwünschtes Eindringen in die Privatsphäre, sondern um einen unerlässlichen Teil der Selbstvermarktung. Die neuen Kommunikationstechnologien haben die Unterhaltungsindustrie um wichtige Aspekte erweitert. In diesem Spannungsfeld hat sich eine *alternative* Klatschpresse herausgebildet, die es sich zum Ziel setzt, die medialen Inszenierungen als Lügen zu entlarven. Das Kapital solcher Plattformen ist der Anspruch, die Wahrheit und nichts als die Wahrheit aufzudecken. In diesem Beitrag wird der Blog *BlindGossip.com* beschrieben und in das theoretische Geflecht von interpersonellem Klatsch und Klatschjournalismus eingeordnet. Es zeigt sich, dass neue Narrative und eigene Probleme der Glaubwürdigkeit entstehen.

Einleitung

Glaubt man Quellen wie *BlindGossip.com*, verraten Zeitungen, Zeitschriften, Online-Medienplattformen und TV-Formate wie *Leute Heute* und *RTL Exclusiv* nicht die Wahrheit über die Scheidung von Angelina Jolie und Brad Pitt. Geschichten über Affären, geheime Vorlieben, Drogensucht, Schönheitsoperationen – zwar kommen diese Themen in der Berichterstattung arrivierter Medien vor, aber in viel größerem Ausmaß werde das, was hinter den Kulissen und den Selbstinszenierungen der Stars *tatsächlich* passiert, verschwiegen.

In diesem Beitrag geht es anhand eines exemplarischen Blogs um Prominentenklatsch, der abseits der Mainstream-Medien verbreitet wird, gewissermaßen um alternativen Klatsch. Das Bild, das dort von Prominenten gezeichnet wird, ist wenig schmeichelhaft und zielt darauf ab, die Selbstdarstellungen als Lügen aufzudecken und stattdessen ungeschöntes Wissen über die Stars zu verbreiten. Der Blog *BlindGossip.com* stellt Geschichten über Prominente aus unterschiedlichen Quellen, vor allem aber aus eigener Recherche zusammen. Das Besondere ist, dass in den Blogbeiträgen keine Namen genannt werden, die Geschichten sind also anonymisiert. Ein Grund dafür ist, dass die verbreiteten Informationen potenziell schädlich für das Image und den Marktwert der Prominenten sind und daher die Gefahr von Klagen hoch wäre. Die Information darf also nur auf diese verschleierte Weise an die Öffentlichkeit kommen. Allerdings werden in den Texten und Bildern mehr oder weniger raffinierte Lösungshinweise gegeben. Die Nutzerinnen und Nutzer sind aufgefordert, über die Kommentarfunktion zu raten,

welche Namen sich hinter den Geschichten verbergen. Wer sich in der Welt der Promis auskennt und die Gepflogenheiten des Blogs kennt, also ein aktiver Teil der Community ist, hat eine gute Chance, das Geheimnis zu lüften und dadurch von den anderen Usern soziale Anerkennung zu erfahren. In den Kommentaren wird intensiv über die Plausibilität von Lösungsvorschlägen diskutiert; nur selten werden die Geschichten aufgelöst, und zwar nur wenn ihr Wahrheitsgehalt nicht mehr geleugnet werden kann bzw. wenn sie von den großen Medienhäusern aufgegriffen werden. Doch die Community von *BlindGossip.com* war in solchen Fällen bereits früher und besser informiert. Dass dieser Klatsch *blind* ist, erfüllt also zwei Funktionen: erstens Schutz vor rechtlichen Folgen und zweitens Unterhaltung.

In diesem Beitrag wird der genannte Blog mit seiner Art der alternativen Promi-Berichterstattung dargestellt. Im nächsten Schritt wird aus dieser Beschreibung eine theoretische Verortung abgeleitet, und zwar hinsichtlich dreier Aspekte:

- 1) Was ist Klatsch überhaupt? Welche Formen und Funktionen werden unterschieden?
- 2) Wie hat sich die Klatschpresse entwickelt? Welche Merkmale weist Klatschjournalismus auf? Inwiefern spielen bei dieser Art der Berichterstattung Objektivität und Glaubwürdigkeit eine Rolle?
- 3) Wie ist es schließlich um die Glaubwürdigkeit von *BlindGossip.com* bestellt?

Der Blog erhebt den Anspruch, die *wahre Wahrheit* über Prominente zu verbreiten. Dass dieses Anliegen nicht erfüllt werden kann, da auch dieses verbreitete Wissen perspektiviert und konstruiert ist, liegt auf der Hand. Für die Community ist jedoch gerade dieser Wahrheitsanspruch und die wahrgenommene Glaubwürdigkeit das Faszinierende an dem Blog.

Um nicht selbst Klatsch zu streuen, der zudem schnell veraltet, wird auf die namentliche Nennung von Stars und die detaillierte Wiedergabe von Storys verzichtet.

Charakterisierung von *BlindGossip.com*

In diesem Abschnitt wird der Blog bzw. die Blogplattform *BlindGossip.com* überblicksartig beschrieben. Diskutiert werden die wiederkehrenden Themen, die Art der Verschlüsselung und die Konventionen in den Diskussionsforen. Davon ausgehend entfalten sich übergeordnete Narrative, die wiederkehrende Muster offenbaren. Das Material für diesen Beitrag bildet eine ältere Untersuchung¹ von über 1.000 Blogeinträgen aus den Jahren 2009 bis 2013 sowie ein Ergänzungskorpus von 150 Einträgen aus dem Jahr 2016. Auf eine quantitative Auswertung wurde für diesen Beitrag verzichtet.

Blogs sind aus medienlinguistischer Sicht eine adaptierte Kommunikationsform in dem Sinne, dass sie an eine ältere Form angelehnt sind, und zwar an Tagebücher; allerdings haben sie

¹ Basierend auf einem Vortrag bei der Tagung *Media in Transition 8: Public Media, private media* (03.-05.05.2013). Die schriftliche Fassung wurde online publiziert als: Ortner, Heike (2013): *Not So Blind Items. Anonymous Celebrity Gossip Exposed*. Abrufbar unter URL: http://web.mit.edu/comm-forum/mit8/papers/Ortner_MIT8_Blind_Items.pdf [14.01.2017].

schnell eine völlig andere Entwicklung genommen und sich in Formen und Funktionen so weit ausdifferenziert, dass als einziges gemeinsames Merkmal die umgekehrte Chronologie geblieben ist (vgl. Marx/Weidacher 2014, S. 89). Im Gegensatz zu Tagebüchern stehen zudem der soziale Austausch, die Handlung des Teilens von Inhalten, die Nutzung der kollektiven Intelligenz, Kollaboration und die Vermischung von Privatem und Öffentlichem im Mittelpunkt (vgl. Marx/Weidacher 2014: 68ff.; Cross 2011, S. 50; insbesondere auch Bruns 2008 für die Prägung des Terminus *produsage* als Mischung von Produktion und Nutzen von Wissen im Web).

BlindGossip.com ist ein Wordpress-Blog, der sogenannte *blind items* aus verschiedenen Quellen publiziert. Dabei handelt es sich um skandalöse oder intime Insiderinformationen über Prominente, ohne deren Namen zu nennen. In den Artikeln sind Hinweise zur Auflösung enthalten, sodass in den Diskussionsforen darüber spekuliert werden kann, wer gemeint ist. Auf diese Weise entwickelt sich eine Art Schnitzeljagd, da die Hinweise sprachlich oft verklausuliert oder in unscheinbaren Nebenbemerkungen versteckt sind.

Der Blog wurde 2008 von einer Person gestartet, die sich selbst das Pseudonym „Ace“ gibt. Er – wobei nicht einmal völlig klar ist, ob Ace tatsächlich existiert und ob er ein Mann ist – gibt sich als Insider in der Welt der Celebritys aus. Die meisten Blogeinträge stammen von *BlindGossip.com* selbst, aber es werden auch Artikel aus anderen Blogs, Medienplattformen und gedruckten Quellen übernommen. Die blogeigenen Geschichten sind die exklusivsten, bei der Community am beliebtesten und von der sprachlichen Gestaltung her am gewitztesten. Da die Plattform brisantes Insiderwissen verbreitet, ist es im Interesse der Betreiber, dass der Blog möglichst intransparent bleibt hinsichtlich der Anzahl, Profession und Namen der beteiligten Personen; finanziert wird der Blog jedenfalls zumindest teilweise über Werbeeinnahmen.

Yus (2011, S. 111) nennt als wesentliches Merkmal von Blogs, dass sie im Gegensatz zu Sozialen Medien im engeren Sinn dem Prinzip der Diffusion folgen, das heißt, eher losere Online-Beziehungen konstituieren. Dies trifft auf *BlindGossip.com* in jedem Fall zu, da sich so gut wie nie persönliche Diskussionen über Offline-Identitäten der Nutzerinnen und Nutzer ergeben und insgesamt wenig aufeinander Bezug genommen wird, abseits von gegenseitigen Beurteilungen der Qualität der Spekulationen.

Abbildung 1 am Ende des Beitrags zeigt ein typisches, wenn auch im Vergleich harmloses Beispiel über einen Sportler, der sich Sorgen über seine schwindende Haarpracht macht. In der Überschrift wird der Sachverhalt pointiert auf den Punkt gebracht, in einem kurzen Text die Klatschgeschichte erzählt, aus einer nicht näher identifizierten Quelle wird das Problem weiter spezifiziert und am Ende wird dargelegt, welche Anteile des Artikels zu erraten sind: in diesem Fall nur eine Person, oft sind aber mehrere Prominente involviert oder es werden Motivationen, persönliche Meinungen der User und Prognosen über die zukünftige Entwicklung erfragt, womit eine optionale Anknüpfungsmöglichkeit für weiterführende Diskussionen in den Foren angeboten wird. Zahlreiche Social-Media-Verlinkungen erlauben eine weitere Verbreitung des Items. Im Anschluss daran entfaltet sich eine hier nicht abgebildete Diskussion, in der das Erraten der Identität des Klatschobjektes im Vordergrund steht.

Die Themen, über die berichtet wird, sind vielfältig, doch sie lassen sich im Wesentlichen in vier große Themengruppen unterteilen:

- 1) *Sex*: Mit Abstand am häufigsten geht es um die sexuellen Aktivitäten der Stars. Hier wird bewusst nicht von Liebesleben gesprochen, da Liebe eine sehr untergeordnete Rolle spielt. Unterthemen sind hier die sexuelle Orientierung der Prominenten, insbesondere versteckte Homosexualität. Stars, die sich noch nicht geoutet haben, die ihre Homosexualität weiterhin heimlich ausleben (also „in the closet“ sind, wie es im amerikanischen Englisch heißt), werden nicht aufgrund ihrer Orientierung kritisiert, sondern für ihre Unehrlichkeit. Homosexualität selbst wird sowohl von den Blogautoren als auch von den Usern positiv bewertet. Andere Subthemen sind unkonventionelle sexuelle Vorlieben von harmlos über ekelerregend und pathologisch bis hin zu illegal. Untreue und Affären sind ein weiteres wichtiges Thema. Relativ neu ist die Entwicklung, dass weniger talentierten weiblichen Starlets unterstellt wird, heimlich als Edel-Prostituierte tätig zu sein. Sexvideos und Nacktfotos werden der Plattform zufolge in einigen Fällen gestohlen und illegal verbreitet, aber mit zunehmender Häufigkeit von berechnenden Prominenten bewusst öffentlich gemacht, um das Interesse für die eigene Person und damit den eigenen Marktwert zu erhöhen.
- 2) *Drogen*: Alkohol, Tabletten und andere Drogen werden als alltägliches Problem von Prominenten dargestellt. Die Stars werden diesbezüglich nicht nur um der Enthüllung willen bloßgestellt oder damit sich die User moralisch überlegen fühlen können, sondern häufig mit der Absicht, die Betroffenen vor sich selbst zu schützen, indem ihre Sucht halb-öffentlich gemacht und damit Druck ausgeübt wird, sich zu bessern und Hilfe in Anspruch zu nehmen.
- 3) *Beziehungen*: Neue Beziehungen, Verlobung und Ehe, Schwangerschaften, familiäre Probleme (z.B. mit Kindern) und wahre Gründe für eine Trennung sind üblicher Prominentenklatsch, den man auch in den traditionellen Medien findet. Allerdings ist bei den *blind items* immer ein Aspekt im Spiel, der die Geschichte ins Skandalöse oder Absurde treibt. Auf ein zentrales Narrativ, die vorgetäuschte Romanze, wird weiter unten eingegangen. Neuer ist das Phänomen der vorgetäuschten Schwangerschaft, bei der weibliche Stars mit verschiedenen Hilfsmitteln wie künstlichen Bauchattrappen eine Schwangerschaft vorspielen, die *in Wirklichkeit* von einer Leihmutter übernommen wird. Diese Unterstellung wird von der Community besonders intensiv diskutiert und negativ bewertet, zudem immer für glaubwürdig gehalten.
- 4) *Verhalten und Charakter*: Unangemessenes Verhalten betrifft etwa den Umgang mit Angestellten und Fans, also Unfreundlichkeit und Arroganz, was als Undankbarkeit für den Ruhm ausgelegt wird, den die Stars nicht nur ihrem Talent, sondern insbesondere anderen Menschen verdanken. Schönheitsoperationen sind ebenfalls ein beliebtes Thema. Gewichtsprobleme und Essstörungen (Anorexie oder Bulimie oder beides), allgemein der Körper der Prominenten, sind von größter Bedeutung in der Community. Im Mittelpunkt stehen die beiden Fragen: Wie bleiben oder werden weibliche Stars dünn und wie werden männliche Stars muskulös? Auf *BlindGossip.com* werden Prominente erwähnt, wenn die Antwort darauf in einer unehrlichen Verhaltensweise, z.B.

Einnahme von Abführmitteln oder Steroiden, liegt. Feindschaften zwischen Stars, dunkle Geheimnisse (z.B. heimliche Kinder, schreckliche Erfahrungen), Narzissmus („famewhoring“) und seltsame Angewohnheiten wie Angst- und Zwangsstörungen sind andere häufige Themen.

Manche Geschichten erinnern an urbane Legenden und tauchen mit unterschiedlichen Lösungshinweisen wiederholt auf.

Alles, was linguistisch in irgendeiner Form markiert ist, kann als Lösungshinweis angesehen werden. Am häufigsten sind Hinweise auf die Tätigkeit der gesuchten Personen (z.B. Schauspieler, Sänger, Sportler; die Bezeichnung „celebrity“ ist üblicherweise ein Hinweis darauf, dass es sich um Prominente ohne echtes Talent handelt). Einige Stars haben Spitz- oder Codenamen, die sich wiederholen und nach einmaliger Entschlüsselung immer wieder eindeutig machen, um wen es geht. Verweise auf frühere Arbeiten, z.B. Bezüge zu Filmtiteln oder Songtexten, sind mehr oder weniger einfach zu entschlüsseln. Als Hilfestellung wird auch das Ausschussverfahren verwendet, indem ein Tipp gegeben wird, um wen es sich ausdrücklich *nicht* handelt – oft sind dann ähnlich aussehende Personen, Filmpartner oder Freunde gemeint, jedenfalls Prominente, über die eine Querverbindung zur eigentlichen Lösung hergestellt werden kann. In den Bildern – Fotos oder Zeichnungen – sind oft ebenfalls sehr indirekte Hinweise enthalten, etwa durch die Farbgebung, Ähnlichkeiten der abgebildeten Personen mit den gesuchten Stars oder typische Objekte. Manchmal ist auch die Quelle ein wichtiger Hinweis, z.B. deutet das Zitieren eines indischen Blogs darauf hin, dass es sich um Bollywood-Stars handelt. Alle Lösungshinweise können aber auch bewusst in die Irre führen oder indirekte Hinweise auf andere Personen sein, die in einer Verbindung zur zum Schein nahegelegten Person stehen.

Diese Gepflogenheiten können unter anderem durch im Nachhinein aufgelöste Artikel („Solved“) erworben werden. Der erste User, der mit der vollständigen richtigen Antwort aufwarten kann, wird bei der Auflösung hervorgehoben. Dies gilt als besondere Auszeichnung in der Community. In den letzten Jahren, genauer seit ich diese Plattform beobachte (2009), haben sich zwei sehr offensichtliche Trends ergeben: Erstens kommt ein immer kleinerer Teil der Items aus fremden Quellen, die Artikel von *BlindGossip.com* nehmen also zu – sie werden von der Community als interessanter und glaubwürdiger eingestuft und gelten als reizvoller verschlüsselt, ohne übertrieben sensationslüstern zu sein. Zweitens hat sich in den letzten Jahren die Bedeutung von Reality-Stars, meist ohne erkennbare künstlerische Begabung, gesteigert. Hier ist der missionarische Eifer von „Ace“ besonders sichtbar: Prominente, die nur dafür berühmt sind, berühmt zu sein, werden vorgeführt und harsch kritisiert. An dieser Stelle möchte ich drei zentrale Narrative hervorheben.

Erstens: Wie bereits angesprochen werden auf *BlindGossip.com* viele Liebesbeziehungen zwischen Prominenten als Schwindel dargestellt („fake“). Ihnen liegen von PR-Agenturen ausformulierte Verträge zugrunde, die darauf abzielen, den Bekanntheitsgrad beider Beteiligten zu erhöhen und den Verkauf von aktuell zu bewerbenden Produkten (z.B. eines neuen Albums, eines Films) anzukurbeln. Dieses Phänomen ist nicht neu, aber laut *BlindGossip.com* sind derartige Arrangements in Prominentenkreisen mittlerweile eher die Norm als die Ausnahme, was eine von der öffentlichen Meinung stark abweichende Konzeption der Wirklichkeit nahelegt.

Zweitens: Die meisten Stars sind laut *BlindGossip.com* drogensüchtig. Die Höhen und Tiefen dieses Leidens werden mit drastischen Geschichten dargestellt. Das Narrativ hat zwei mögliche Verläufe: den Aufstieg wie Phönix aus der Asche, wenn die Sucht bewältigt wird, oft erst nach einem Totalabsturz, oder den endgültigen Verfall bis zum Tod.

Drittens: Das amoralische Verhalten von Prominenten wird auf einen Verlust der Bodenhaftung zurückgeführt. Prominente, die sich für etwas Besseres zu halten beginnen, werden besonders scharf angegriffen. Dazu gehört auch alles, was „fake“, vorgetäuscht ist, jede Optimierung des Äußeren über das Maß von Nicht-Prominenten hinaus (insbesondere plastische Chirurgie), aber auch narzisstisches Verhalten (z.B. ständiges Posten von Selfies, Vortäuschen von Freundschaften mit anderen Stars, Vortäuschen von gemeinnützigem Engagement).

Nach einigen theoretischen Grundlagen von Klatsch und Klatschjournalismus komme ich darauf zurück, wie *BlindGossip.com* aus medienwissenschaftlicher Sicht hinsichtlich Objektivität und Glaubwürdigkeit eingestuft werden kann.

Klatsch und Gerüchte: Theoretische Positionen

Sowohl das Hören als auch das Verbreiten von Klatsch scheint ein elementares kommunikatives Bedürfnis zu sein. In der Folge werden einige soziologische und linguistische Aspekte des Phänomens zusammengefasst.

Der evolutionäre Ursprung von Klatsch liegt möglicherweise in der gegenseitigen Fellpflege der Primaten: Dunbar (1996) vermutet sogar den Ursprung der Sprache an sich in diesem Verhalten. Sobald die Gruppengröße unserer menschenähnlichen Vorfahren zu groß wurde, um den Gruppenzusammenhalt über die gegenseitige Fellpflege zu erhalten, entwickelte sich Sprache als Ersatz für den direkten, körperlichen, sozialen Austausch. Klatsch ist insofern eine Teilerscheinung der Funktion von Sprache, soziale Kohäsion herzustellen. In Bergmanns Grundlagenwerk von 1987 wird Klatsch definiert als informelle, private Kommunikation zwischen einem Individuum und einem kleinen, ausgewählten Publikum über das Verhalten abwesender Personen (vgl. auch Pundt 2008, S. 218; Thiele-Dohrmann 1997, S. 7).

Einerseits ist Klatsch also ein bestimmter Inhalt, und zwar eine berichtenswerte Neuigkeit. Andererseits ist Klatsch ein Prozess oder ein Konversationsmuster mit einer triadischen Struktur, wie sie Bergmann (1987) ausführlich darstellt:

- 1) *Klatschobjekt*: Das abwesende Objekt des Klatsches ist in der Regel eine erwachsene Person. Beim Klatschen geht es um den Unterschied zwischen dem öffentlichen und dem privaten Selbst oder, um ein Konzept von Goffman (1959) aufzugreifen, um den Unterschied zwischen dem, was auf der Vorderbühne performt wird, und dem Geschehen auf der Hinterbühne.
- 2) *Klatschproduzent*: Der Klatschproduzent ist gut über das Klatschobjekt informiert und gibt Wissen weiter, das in irgendeiner Weise sozial segregierend, also trennend wirkt

und moralisch kontaminiert ist. Dieses Wissen ist dazu geeignet, ein neues Licht auf das Klatschobjekt zu werfen.

- 3) *Klatschrezipient*: Der Klatschrezipient kennt das Klatschsubjekt zumindest indirekt und trägt aktiv zum Klatschprozess bei, z.B. durch empörte Rückmeldungen oder Lob des Klatschproduzenten. Zwischen Klatschrezipient und -produzent besteht ein gewisses Vertrauensverhältnis.

Typisch für Klatschsequenzen sind vorbereitende Handlungen (z.B. „Hast du schon gehört ...?“), Einladungen wie „Erzähl mal!“ und Mittel, die Glaubwürdigkeit herzustellen (z.B. Angabe von Quellen); auf die Klatschgeschichte selbst folgt die gemeinsame Evaluation des geschilderten Verhaltens als unangemessen, erstaunlich oder sonst wie markiert. Klatsch wird häufig in anderen Kontexten wiedererzählt und dabei modifiziert oder auch verfälscht (vgl. Fortunati 2009, S. 46ff.).

Wie durch die Definition schon nahegelegt wird hauptsächlich geklatscht über die Konstanten des Lebens wie Liebe, Sexualität, Familien, Schwangerschaft, Geburt, Tod, allgemeiner gesagt über Überraschendes und Widersprüchliches, z.B. zwischen dem Image und dem realen Verhalten einer Person, über Fehler, Unzulänglichkeiten, Missgeschicke, Fehlschläge, vor allem über moralisch inakzeptables Verhalten (vgl. Fortunati 2009, S. 50).

Dies führt uns zu den Gründen, warum Menschen klatschen. In der Forschungsliteratur werden die folgenden Funktionen besonders hervorgehoben (vgl. Bergmann 1987, Kap. V; Fortunati 2009, S. 47):

- 1) *Ausüben sozialer Kontrolle*: Durch Klatsch werden gesellschaftliche und kulturelle Werte interaktiv ausgehandelt und gefestigt. Das Hervorkehren der Fehler von anderen ermöglicht die moralische Selbsterhöhung. Dies wird auch immer wieder als ‚Normpolizei‘ bezeichnet (*norm police*, z.B. Solove 2007, S. 85).
- 2) *Konstituierung einer Gemeinschaft, Gruppenkohäsion*: Der Gesprächspartner gilt als Verbündeter, ähnlich wie bei der gegenseitigen Fellpflege.
- 3) *Ventil*: Klatschen ist eines der kleinen Abenteuer des Alltags, ein Zeitvertreib und Nervenkitzel, mit dem auch die Neugierde und Enthüllungslust befriedigt wird.
- 4) *Sozialer Status*: Wissen verleiht Macht, das Diffamieren von Andersdenkenden kann zum eigenen Vorteil geschehen. Der Klatschproduzent kann Prestige gewinnen, indem er die Normpolizei verkörpert. Personen, die moderat Klatsch verbreiten, haben Studien zufolge am meisten Freunde, während sowohl exzessive Klatschverbreiter als auch Klatschverweigerer weniger beliebt sind (vgl. Jaeger/Skelder/Rosnow 1998).
- 5) *Möglichkeit der Identifikation*: Das Fehlverhalten von anderen löst auch selbstbezogene Gedanken aus wie ‚Zum Glück bin ich nicht erwischt worden‘, ‚Das hätte ich sein können‘, oder aber auch: ‚Sogar der oder die macht das‘, ‚Die ist ja gar nichts Besseres/gar nicht so anders als ich‘. Klatsch dient also auch dem sozialen Vergleich und der Selbstvergewisserung.

Die ausgelösten Emotionen reichen von Stolz bis Verachtung, von Ärger bis Freude, von Mitgefühl bis Konkurrenz, von Ängstlichkeit bis Selbstzufriedenheit (vgl. Fortunati 2009, S. 47).

Birchall (2006) beschreibt die im Klatsch übermittelte Information als populär (trivial) und illegitim, das heißt: es ist nicht verifiziert, es wird von der Obrigkeit abgelehnt, es ist sozusagen inoffizielles Wissen. Auch wenn versucht wird, es zurückzuweisen, bleibt es sehr stabil, z.B. in Verschwörungstheorien oder urbanen Legenden. Gerade dadurch, dass dieses Wissen nicht den Anspruch auf Gültigkeit und Verifizierbarkeit erhebt, ist es sehr mächtig – in der Wissensgesellschaft der Gegenwart ist Klatsch eine wichtige Informationsquelle, auf deren Grundlagen Unternehmen und Marktverhältnisse bewertet werden (vgl. Birchall 2006, S. 94f.). Darin liegt auch ein Grund für die negative Bewertung von Klatsch als schädlich und verleumderisch, als schlechte Form von Kommunikation und charakterliche Schwäche (vgl. Birchall 2006, S. 97ff.).

Die kulturellen Bewertungen des Klatschens sind ambivalent – in manchen Kulturen wird Klatsch sehr negativ bewertet, in anderen ist das Klatschen als soziale Interaktion anerkannter. Bergmann (1987, S. 28; Hervorhebung i.O.) betont „die *Diskrepanz zwischen der kollektiven öffentlichen Achtung und der kollektiven privaten Praktizierung von Klatsch*“. Keinen Klatsch zu verbreiten gilt als Tugend, als ethisch höherstehend. Üblicherweise wird Frauen eine größere Neigung zum Klatschen nachgesagt, man denke nur an das Lexem *Klatschweib*, das keine männliche Entsprechung hat. Dies ist mit der allgemeinen Stereotypisierung von Frauen als irrational, emotional und kommunikativer zu erklären (vgl. Hermes 2006, S. 292). Studien belegen allerdings, dass insbesondere Männer Klatsch verbreiten (vgl. Bergmann 1987, S. 88ff.).

Neben den negativen Bewertungen gibt es auch eine positive Sichtweise, und zwar dass Klatsch politisch subversiv sein kann, wenn er sich gegen die Mächtigen richtet. Zudem ist das Klatschen, wie bereits angesprochen, gesellschaftlich wichtig für die Durchsetzung, aber auch für die Veränderung von Normen. Wenn gegen eine Konvention quasi gewohnheitsmäßig verstoßen wird und Klatsch dies aufdeckt, ändert sich früher oder später auch die Konvention; der Klatsch wird als Heuchelei entlarvt. Birchall (2006, S. 108, 123) zufolge ist akademisches Wissen von nicht-akademischem Wissen, ist Wahrheit von Lüge, ist Sicherheit von Unsicherheit abhängig, und zwar durch Mechanismen wie Dekontextualisierung, Entstellung von Fakten und falsches Zitieren. Unwahrheit fördert die Suche nach der Wahrheit und das kritische Denken.

In der Rangfolge der Destruktivität von kommunikativen Praktiken ist Klatsch wesentlich harmloser als Gerüchte (Klatsch aus Hörensagen), Skandale (Inbeziehungsetzen von Normen und Personen, vgl. Pundt 2008, S. 218), Vorurteile (gegenüber Gruppen), aggressive Witze, Mobbing (boshafter Klatsch) und Rufmord (üble Nachrede) (vgl. Thiele-Dohrmann 1997: 197f.). Insofern lässt sich Klatsch nicht pauschal positiv oder negativ bewerten. Die Frage ist: Wer klatscht über wen mit welchem Ziel und wem gegenüber wird der Klatsch geäußert (vgl. Solove 2007: 74)? Andere Mechanismen und Bewertungen werden durch das Phänomen der Klatschpresse (auch: Regenbogenpresse, Sorayapresse, Frauenblätter, Yellow Press) etabliert.

Klatschjournalismus: Belächelt, verachtet, gelesen

Die Klatschpresse bzw. Klatschjournalismus gilt als Inbegriff der Lügenpresse. In diesem Abschnitt werden dieser Typ der Berichterstattung historisch eingeordnet und einige Mechanismen aufgezeigt. Die folgende Bemerkung von Marshall (2006, S. 322) bringt das Thema sehr gut auf den Punkt:

“Celebrities have become focal points for the discussion of a wide range of issues and concerns. In a peculiarly contemporary way, celebrities, via journalistic reportage, have become the effective conduit for discourses about the personal: celebrities have become the discursive talking points for the political dimensions of a host of formerly private and personal concerns.”

Den meisten Konsumenten ist bewusst, dass es sich um Unterhaltung handelt, um Inszenierungen von Personen und Images, meist mit dem Zweck, Unterhaltungsprodukte wie Musikalben, Filme, Merchandising-Produkte, Mode oder anderes zu verkaufen. Kaum jemand gibt zu, Klatschmeldungen zu lesen, geschweige denn alles für bare Münze zu nehmen, was unter der Rubrik „Leute“ verbreitet wird. Auch werden Magazine, wie sie vorwiegend beim Friseur aufliegen, belächelt. Klatsch über die Royals, über diverse Schlagerstars, über Hollywood-Sternchen, Reality-Stars usw. hat etwas Schmutziges. Es gilt als niedrige Unterhaltung und passt nicht zum Selbstkonzept als jemand, der gegenüber den Lügengeschichten der Medien immun ist. Frei nach Jean-Paul Sartre: Medienlügen glauben immer nur die anderen.² Die Abwertung in der Wissenschaft ist ähnlich ausgeprägt (vgl. Stodiek 2009).

All diesen Rationalisierungen zum Trotz scheinen die medialen Inszenierungen von Prominenten ihre Wirkung zu haben. Die Stars sind Vorbilder hinsichtlich Aussehen, Modestil und Lebensführung. Um die vermeintliche Perfektion dieser Idole zu erreichen, stehen den Konsumenten verschiedene Produkte zur Verfügung, deren kommerzieller Erfolg vom Klatschjournalismus abhängt (vgl. Birchall 2006, S. 92; Fortunati 2009, S. 57). Die Gefühle gehen weit über Bewunderung hinaus: Mit Prominenten führt man parasoziale Beziehungen, das heißt, man hat das Gefühl, sie zu kennen, obwohl man ihnen nie begegnet ist, man erweitert seine Familie und seinen Freundeskreis um sympathische Promis (vgl. Hermes 2006, S. 293, 298). Bergmann (1987, S. 69f.) definiert Berühmtheit sogar aufgrund des Kriteriums, dass Leute, die man nicht persönlich kennt, über einen klatschen. Die Einstellungen zu Prominenten werden fast ausschließlich über den Konsum von Medien geformt.

Hennig und Schulz (2015, S. 24) definieren Klatsch wie folgt:

„Klatschjournalismus ist die professionell betriebene kontinuierliche Beobachtung von Personen des öffentlichen Lebens und die Bewertung von deren Handlungen auf der Basis grundlegender moralischer Werte, die anhand von Leitbil-

² Jean-Paul Sartre: „Die Hölle, das sind die anderen.“ Zitat aus dem Theaterstück *Geschlossene Gesellschaft*. Uraufführung: 1944.

dern der demokratischen Meinungsbildung dienen, nach journalistischen Aktualitäts- und Relevanzkriterien.“

Für Pundt (2000, S. 218) ist Klatschjournalismus zurückzuführen auf die interpersonalen Kommunikationsmuster des Klatsches, die im vorhergehenden Abschnitt angesprochen wurden und sich auf die Formel bringen lassen: Moral + Voyeurismus → Moralisierende Beschämung Einzelner → Rückführung zur Normalität (vgl. Pundt 2009, S. 219f.). Allerdings ist das Bedürfnis nach Enthüllung in diesem Kontext kommerzialisiert.

Seine Ursprünge hat der Klatschjournalismus in den Moralischen Wochenschriften des 18. Jahrhunderts, die vor allem der Frauenbelehrung und der Frauenunterhaltung dienten. Diese Wochenschriften waren allein insofern moralisch, als sie immer vom Sieg des Guten über das moralisch Falsche berichteten. Im 19. Jahrhundert wurde diese Tradition in den Familienzeitschriften wiederbelebt, z.B. im *Pfennig-Magazin*. Den Illustrationen kam immer größere Bedeutung zu. Diese Art der Unterhaltung war unpolitisch, erst gegen Ende des 19. Jahrhunderts wurden Zeitschriften wie z.B. die *Gartenlaube* zunehmend national-patriotisch. Die Kluft zwischen Adligen und Bürgern, allgemein *höheren* und *normalen* Personen war extrem groß; dementsprechend beliebt waren Darstellungen zum Privatleben dieser *besseren* Leute als harmlose Form der Durchbrechung sozialer Grenzen (vgl. Stodiek 2009, S. 105ff.). Nach 1930 wurden Frauen-, Haus- und Modeblätter immer populärer: Titel wie *Neue Post*, *Frau mit Herz*, *Das Neue Blatt*, *Neue Welt* entstanden. Solche Medien richteten sich vor allem an Frauen, die keine gewöhnlichen Zeitungen lasen (vgl. Hermes 2006, S. 291). Gegenwärtig finden sich Panorama- oder Leute-Seiten auch in Qualitätszeitungen.

Längst handelt es sich um einen Wirtschaftszweig mit zahlreichen Akteuren: Neben den Prominenten selbst sind Agenturen, PR-Experten, Management-Abteilungen großer Unterhaltungsunternehmen und nicht zuletzt das Publikum Mitgestalter dieser Industrie (vgl. Henning/Schulz 2015, S. 123-130). Klatschjournalismus ist ebenso wie interpersoneller Klatsch weder gesellschaftlich irrelevant noch unpolitisch. Stodiek (2009: 138f.) hebt hervor, dass die Denkweise von Prominentenberichterstattung durch ihre massenhafte Verbreitung starke Wirkungen entfaltet: z.B. wird Politik zunehmend über die persönliche Komponente wahrgenommen, was sich z.B. in Homestorys und in der Bedeutung der Ehepartner von Politikerinnen und Politikern ausdrückt. Die so vermittelte Gesellschaftsordnung ist streng hierarchisch, kleinbürgerlich, nicht veränderbar. Verkauft werden Illusionen, konstruierte Geschichten, die sich der Kollektivseele annähern. Die konstruierte Traumwelt ist ein Rückzugsgebiet, der Märchencharakter ist dem Klatschjournalismus inhärent, die Narrativierung dramaturgisch ausgeklügelt (vgl. Stodiek 2009, S. 116).

Für Prominente ist Klatsch wichtig für den Marktwert – *erfolgreich sein* bedeutet *wichtig sein*, was sich wiederum darin niederschlägt, dass man *erwähnt* wird. Andererseits besteht für Prominente gerade durch diese selbstgemachte Öffentlichkeit immer die Gefahr, sich unabsichtlich zum Gespött zu machen.

Polenz (1999, S. 95 bzw. S. 91) bewertet Klatschjournalismus sehr negativ, indem er einen Trend im Nachkriegszeitungsmarkt zur „Fastfood-Lektüre“ erklärt und von „eskapistischer Volksbefriedigungsfunktion“ spricht:

„Privatisierende Unterhaltung wird für die meisten wichtiger als Information, mit viel Fiktionalem, Skandalösem, Frivolem, Exotischem, Spielerischem, mit viel Prominentenklatsch und alltäglichen Banalitäten, auch mit alltagspraktischer Belehrung und Beratung, von der Warenwerbung bis zu sozialen und moralischen Problemen. Zeitunglesen dient z.T. Bedürfnissen, die früher in der Regel von Beichtvätern, Seelsorgern oder älteren Verwandten und Nachbarn befriedigt werden konnten.“ (Polenz 1999, S. 91)

Die Beurteilung von Klatschjournalismus als Volksverdummung greift zu kurz, da er im Kontext der Globalisierung das bereits im vorhergehenden Kapitel als elementar identifizierte Bedürfnis nach Klatsch zu erfüllen hilft, wie Thiele-Dohrmann (1997, S. 57f.) ausführt:

„Je breiter unser Erfahrungshorizont wird, desto größer und weiträumiger sind auch die Möglichkeiten für Gerüchtebildung. (...) Und unser alltäglicher Bedarf an Klatsch und Tratsch ist längst nicht mehr auf das Aussehen oder Verhalten unserer Nachbarn und Berufskollegen begrenzt, sondern wird auch durch Medieninformationen über das intime Tun und Lassen amerikanischer Filmstars, französischer Sängerinnen oder englischer Regierungsmitglieder ständig gestillt und neu gereizt.“

Auch Fortunati (2009, S. 45, 52) geht auf die zunehmende Virtualisierung und Mediatisierung von interpersonaler Kommunikation ein und sieht Prominente als teilweisen Ersatz für Nachbarn und andere direkte Kontakte in einer zunehmend anonymen Gesellschaft. Anders als in der interpersonalen Klatschkonstellation ist das Publikum von Klatschjournalismus potenziell die gesamte Welt; der Klatsch wird nicht nur mündlich, sondern schriftlich und mit Bildern und Videos weitergegeben, ist also multimodal; zudem können Prominente auch gezielt Klatsch über sich selbst verbreiten, was durch die Indirektheit nicht auffällt. Ben-Ze'ev hingegen fokussiert auf Ähnlichkeiten zwischen direktem und medial transportiertem Klatsch und bewertet das Klatschen allgemein eher positiv. Aus seiner Sicht ist Online-Klatsch weniger schädlich und thematisch vielfältiger, außerdem weniger gefährlich für die Klatschobjekte, da das Web anonym ist (vgl. Ben-Ze'ev 2004, S. 146). Solove (2007) bewertet Online-Klatsch ganz im Gegenteil dazu als wesentlich riskanter, ähnlich wie auch Cross (2011, S. 110) die Gefahr von Cyber-Mobbing gerade durch die Anonymität für höher hält.

Im World Wide Web ergeben sich neue Selbstdarstellungsmöglichkeiten, aber auch andere Standards der Berichterstattung und des Klatschens: schneller, direkter, unterhaltsamer. Es sei daran erinnert, dass die Website *The Drudge Report* 1998 als Erstes über die Affäre zwischen Bill Clinton und Monica Lewinsky berichtet hat (vgl. Schuldt 2009, S. 113). Bürgerjournalismus unterliegt nicht denselben Rahmenbedingungen wie die Mainstream-Medien, ein Vorteil für Blogger, die andere Themen und alternative Fakten darstellen können (vgl. Bruns 2008; Cross 2011; Fortunati 2009, S. 52). Die News-Plattform *TMZ.com* etwa schreibt mit Grenz-

überschreitungen wie der Publikation von Sterbeurkunden und Notrufaufnahmen neue Regeln der Promiberichterstattung (vgl. Schuldt 2009, S. 92f.), arbeitet aber auch eng mit Prominenten zusammen, um sie in ihrer Selbstvermarktung zu unterstützen (vgl. Hennig/Schulz 2015, S. 195f.). In diesem Klima ist auch *BlindGossip.com* zu sehen – allerdings als Gegenentwurf zu *TMZ.com*.

Glaubwürdigkeit und Objektivität von BlindGossip.com

Das Internet eröffnet zusätzliche Möglichkeiten der Selbstdarstellung und des Reputationsmanagements, aber auch des Klatschens über andere. Plattformen wie *BlindGossip.com* haben ein Ziel: mediale Inszenierungen als Lügen zu entlarven. Es geht mir in der Folge nicht darum, ob diese Art des Promiklatsches wirklich faktengetreuer ist als die Darstellungen in den Mainstream-Medien, sondern um das Selbstverständnis der Akteure.

Die Funktionen der sozialen Integration und der moralischen Kontrolle sind in informellen Netzwerken und in der Boulevardberichterstattung besonders wichtige Motive (vgl. Pundt 2008: 218). *BlindGossip.com* sieht sich selbst als eine Art Sittenwächter, als Enthüllungsplattform, als moralischer Kompass. Allerdings sind die Absichten nicht nur rein aufklärerischer Art, sondern umfassen auch persönliche Befriedigung, das Ansehen und die Bewunderung der Community und letztendlich die kommerzielle Nutzung dieses Impetus durch das Generieren von Werbeeinnahmen.

Der Unterschied zwischen privat und öffentlich ist nicht als Dichotomie zu beschreiben, sondern eher als Skala mit mehreren Abstufungen. Wir alle müssen Informationen über uns und über andere preisgeben, um soziale Beziehungen aufrechtzuerhalten (vgl. Fortunati 2009, S. 50). Unter diesem Druck stehen auch Prominente. Sowohl klassischer Klatschjournalismus als auch Plattformen wie *BlindGossip.com* vereinfachen die Wirklichkeit, reduzieren Menschen auf Archetypen – der Held, der Bösewicht, der Normverstoßer, das Opfer usw. (vgl. Schuldt 2009, S. 76ff.). Es wird viel moralisiert, aber auch Projektionsfläche angeboten: für Neid, hämische Freude, das Dampfablassen, auch für Hass, öffentliches Anprangern, andererseits bleibt auch oftmals Bewunderung bestehen (vgl. Schuldt 2009, S. 101f.).

Die Community geht davon aus, dass das entworfene alternative Bild der Prominenten die Wahrheit ist und gibt sich als Normpolizei, die es sich zur Aufgabe gemacht hat, Lügen von Prominenten aufzudecken und ihr Leben als nicht so perfekt wie gezeigt zu enthüllen. Die Haltung gegenüber Prominenten ist entsprechend zynisch. Gleichzeitig ist die moralische Stoßrichtung teilweise gut gemeint – die Stars sollen sich von diesen Lügen befreien können und die Chance zur Veränderung erhalten; dahinter steht die Auffassung, dass Klatsch auch reinigend sein kann.

Die Klatschpresse ist Teil einer sehr umfassenden Verschwörungstheorie, nämlich dass die Massen mit Geschichten über Prominente dumm gehalten werden sollen und dass es keine ‚Hochkultur‘ mehr gibt, sondern nur noch Massenkultur (vgl. Cross 2011, S. 19). Zum einen geht es um Ablenkung von den eigentlichen Problemen durch den Verkauf von Fantasien, zum

anderen aber auch darum, dass soziale Ungerechtigkeit eher hingenommen wird, wenn man sieht, dass auch die Reichen und Schönen nicht perfekt und oft sogar unglücklich sind (vgl. Hermes 2006, S. 303f.). Manche gehen sogar so weit, die Prominentenkultur als Quasi-Religion oder Religionsersatz zu sehen (vgl. Schuldt 2009: 182). *BlindGossip.com* stellt der Überhöhung der Prominenten in den Medien die Herabsetzung gegenüber, was auch als eine andere Form der Unterdrückung des *Pöbels* verstanden werden kann.

Einer der problematischeren Aspekte von ICT-vermitteltem Klatsch ist, dass meist angenommen wird, Klatsch habe immer einen wahren Kern. Gerade im Kontext Web und Social Media gilt offenbar, dass massenhaft verbreitete Information zumindest teilweise richtig sein muss. Birchall bezeichnet das bereits 2006 als „faction“, als Information, die weder wahr noch falsch ist, sondern sich solchen Einteilungen entzieht. Die Trennung zwischen Klatsch, Gerüchten und Wissen ist aufgeweicht, was durch die Informationsüberlastung des Einzelnen noch verschärft wird (vgl. Cross 2011, S. 19). Ong (1991), ein bekannter Theoretiker zu Mündlichkeit und Schriftlichkeit, hat hervorgehoben, dass es keine Möglichkeit gibt, einen Text zu widerlegen. Die Propositionen eines Textes bleiben gleich, auch wenn ein Gegentext geschrieben wird.

In Bezug auf *BlindGossip.com* werden zweierlei Arten von aus meiner Sicht problematischen alternativen Realitätskonstruktionen etabliert: Erstens verändern die Geschichten über das *wahre* Gesicht der Stars den Respekt und die Haltung gegenüber der Prominentenkultur als Ganzes. Zweitens werden auch völlig Unbeteiligte zu Rateobjekten, ohne dass eine Richtigstellung erfolgt; vielmehr ist das Danebenliegen Teil des Ratespiels. Falsche Anschuldigungen werden höchstens innerhalb der Community insofern korrigiert, als die Lösungshinweise oft nicht zu den Vermutungen passen und der Lösungsvorschlag deshalb als unplausibel zurückgewiesen wird. Der Klatsch auf *BlindGossip.com* ist nicht nur insofern blind, als keine Namen genannt werden und man quasi im Blindflug raten muss, sondern auch in der Hinsicht, dass die eigene Praxis des teils boshaften Klatsches, der auch Unbeteiligte trifft, weder von der Community noch von den Urhebern kritisch hinterfragt wird.

In der *BlindGossip.com*-Community wird häufig ausgesprochen, dass Prominente gewissermaßen öffentliches Gut seien und genug Geld dafür bekommen, dass sie ihr Privatleben verkaufen. Man ist nicht unbedingt neidisch, aber man will das Spiel auch nicht mitspielen, hält sich für überlegen, weil man auf den schönen Schein nicht hereinfällt. Andererseits kann *BlindGossip.com* etwas tun, was den Mainstream-Medien in der Regel verwehrt bleibt: Vermarktungsstrategien infrage stellen.

Glaubwürdigkeit ist im Web eine sehr wichtige Ressource, sowohl für Individuen als auch für Marken (vgl. Solove 2007, S. 35ff.). Den Geschichten von Ace (und seinen Mitarbeitern?) wird uneingeschränkt Glaubwürdigkeit zugesprochen, sie gelten als unabhängig, nicht korrumpierbar, schonungslos ehrlich. Es ist gerade dieser Wahrheitsanspruch der Plattform, was ihre Faszination ausmacht, insbesondere wenn sich eine Insiderinformation im Nachhinein als richtig herausstellt – und dies kommt immer wieder vor. Solche Beispiele verleihen automatisch auch allen anderen Geschichten höhere Glaubwürdigkeit, auch wenn dies von Artikel zu Artikel getrennt betrachtet werden könnte. Sogar aufgelöste Items sind nicht verifizierte Items, sondern

oft nur gelöst, weil sie in anderen Medien aufgegriffen wurden. Zudem lässt sich nicht ausschließen, dass auch Geschichten auf *BlindGossip.com* von Agenten strategisch platziert oder beeinflusst werden. Entscheidend ist, wie die Community den Blog wahrnimmt. Seine Glaubwürdigkeit über die wahrgenommene Akkuratess ist sein Kapital.

Fazit und Ausblick

Das Internet wird mitunter als Erfüllung des von McLuhan proklamierten globalen Dorfes betrachtet (vgl. McLuhan/Powers 1989; Solove 2007, S. 33; Birchall 2006, S. 93). Nicht nur ist es einfacher, direkte Beobachtungen festzuhalten und über unzählige Zwischenstationen zu verbreiten, auch das Veröffentlichen von Behauptungen, Unterstellungen und Fantasien, transportiert als Fakten, ist nicht aufzuhalten.

BlindGossip.com wird von seinen Usern oft als ‚guilty pleasure‘ beschrieben, als Zeitvertreib, für den man sich ein wenig schämt, aber letztendlich wird es als harmloser Spaß verstanden. Die alternativen Narrative werden zu mächtigen kognitiven Einordnungsrahmen, zu Folien der Wahrnehmung von Prominenten, die ihrerseits ebenso konstruiert sind wie die Folien der Mainstream-Medien, die von der Community als Lügenpresse gebrandmarkt wird.

Der amerikanische Gelehrte Richard A. Epstein³ meint, Privatsphäre sei das Recht von jedem, sich der Welt falsch darzustellen. In diesem Umfeld ist für einen Star nur das privat, was er verbergen oder vor unliebsamen Enthüllungen schützen kann – was nicht zufällig oder absichtlich digital aufgezeichnet wird, was nicht von Informanten den Medien mitgeteilt wird und was zu langweilig oder zu gefährlich für eine Publikation ist. Durch *BlindGossip.com* kommt noch hinzu, dass niemand sicher davor ist, zufällig in das Ratespiel hineingezogen zu werden.

³ Epstein, Richard A. (1994): The Legal Regulation of Genetic Discrimination: Old Responses to New Technology, 74 B.U.Ö. Rev. 1, 12, zit. n. Solove (2007: 35).

Fame and Fortune And Not Happy

January 11, 2017

[Blind Gossip] This very famous athlete seems to have everything going for him. Fame, fortune, a beautiful family, and a superstar career.

He's not happy.

Why not?

He's going bald!

"I think most people would be surprised about how vain he is about his appearance. This balding thing is really bothering him. He's already started on Rogaine, but for the past couple of weeks, he's been sneaking in and out of various doctor's offices to talk about his options. He might do hair transplants.

Sounds painful!

Note: It's not anyone in the Hasselbeck family.

Similar: Grass Seed

Athlete:

[Optional] Should he let it go... or fight to keep his hair?

Abbildung 1: Typischer Artikel auf BlindGossip.com (Text)⁴

⁴ Den Artikel begleitet eine Abbildung eines Football-Spielers ohne Haare, darunter finden sich verschiedene Social-Media-Links und die Kommentare.

BlindGossip (11.01.2017): Fame And Fortune And Not Happy. Abrufbar unter URL: <http://blindgossip.com/?p=82999> [Stand vom 14.01.2017].

Literatur

- Ben-Ze'ev, Aaron (2004): *Love online. Emotions on the Internet*. Cambridge [u.a.]: Cambridge University Press.
- Bergmann, Jörg R. (1987): *Klatsch. Zur Sozialform der diskreten Indiskretion*. Berlin, New York: de Gruyter.
- Birchall, Clare (2006): *Knowledge goes pop. From conspiracy theory to gossip*. Oxford, New York: Berg (Culture machine series).
- Bruns, Axel (2008): *Blogs, Wikipedia, Second Life, and beyond. From production to produsage*. New York [u.a.]: Lang (Digital Formations 45).
- Cross, Mary (2011): *Bloggerati, Twitterati. How blogs and Twitter are transforming popular culture*. Santa Barbara, Denver, Oxford: Praeger.
- Fortunati, Leopoldina (2009): *Reflections on mediated gossip*. In: Nyíri, Kristóf (Hrsg.): *Engagement and exposure. Mobile communication and the ethics of social networking*. Wien: Passagen (Communications in the 21st century), S. 45-57.
- Goffman, Erving (1959): *The presentation of self in everyday life*. New York [u.a.]: Doubleday (Doubleday anchor books 174: Sociology).
- Hennig, Bettina & Schulz, Rike (2015): *Klatsch. Basiswissen für die Medienpraxis*. Köln: Halem (Journalismus Bibliothek 9).
- Hermes, Joke (2006): *Reading gossip magazines: The imagined communities of 'gossip' and 'camp'*. In: Marshall, P. David (Hrsg.): *The celebrity culture reader*. New York, London: Routledge, S. 291-310.
- Jaeger, Marianne E.; Skelder, Anne A. & Rosnow, Ralph L. (1998): *Who's up on the low down: Gossip in interpersonal relationships*. In: Spitzberg Brian H. & Cupach, William R. (Hrsg.): *The dark side of close relationships*. Mahwah, London: Lawrence Erlbaum, S. 103-117.
- Marshall, P. David (2006): *Intimately intertwined in the most public way. Celebrity and journalism*. In Marshall, P. David (Hrsg.): *The celebrity culture reader*. New York, London: Routledge, S. 315-323.
- Marx, Konstanze & Weidacher, Georg (2014): *Internetlinguistik: Ein Lehr- und Arbeitsbuch*. Tübingen: Narr (Narr Studienbücher).
- McLuhan, Marshall & Powers, Bruce R. (1989): *The global village. Transformations in world life and media in the 21st century*. New York: Oxford University Press (Communication and society).
- Ong, Walter J. (1991): *Orality and literacy: The technologizing of the word*. London [u.a.]: Routledge.

- Polenz, Peter von (1999): Deutsche Sprachgeschichte vom Spätmittelalter bis zur Gegenwart. Bd. 3: 19. und 20. Jahrhundert. Berlin, New York: de Gruyter (De-Gruyter-Studienbuch).
- Pundt, Christian (2008): Medien und Diskurs. Zur Skandalisierung von Privatheit in der Geschichte des Fernsehens. Bielefeld: Transcript.
- Schuldt, Christian (2009): Klatsch! Vom Geschwätz im Dorf zum Gezwitscher im Netz. Frankfurt am Main, Leipzig: Insel (Bibliothek der Lebenskunst).
- Solove, Daniel J. (2007): The future of reputation. Gossip, rumor, and privacy on the Internet. New Haven, London: Yale University Press.
- Stodiek, Oskar (2009): Die Medien-Agenda in der Medizinpublizistik der „Regenbogenpresse“. Thematisierungsmuster einer Printmediengattung. Münster: Lit-Verlag (Medizin-kommunikation 1).
- Thiele-Dohrmann, Klaus (1997): Der Charme des Indiskreten. Eine kleine Geschichte des Klatsches. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt Taschenbuch (Rororo Sachbuch 60141).
- Yus, Francisco (2011): Cyberpragmatics. Internet-mediated communication in context. Amsterdam, Philadelphia: Benjamins (Pragmatics and Beyond New Series, 213).

III. Wege zur Restauration von Glaubwürdigkeit und Vertrauen

Purzlgagl.

Eine Vorwärtsrolle in den partizipativen Journalismus

René Foidl

Zusammenfassung

Partizipativer Journalismus stellt eine besondere Form publizistischer Arbeit dar, die vor allem durch die technischen Neuerungen des Digitalen Zeitalters einfacher ist denn je. Mittels eines Smartphones oder freier, nichtkommerzieller Medien ist es prinzipiell allen Menschen möglich, eine journalistische Rolle einzunehmen. Dieser Artikel betrachtet die Rolle des partizipativen Journalismus im Zusammenhang mit unterschiedlichen Phänomenen. Zudem stellt er die Frage nach dessen Möglichkeiten und Glaubwürdigkeit in Zeiten von Alternative Facts. Abschließend wird dargestellt, wie partizipativer Journalismus im Zusammenhang mit hauptberuflichem Journalismus zu sehen ist. Er stellt keine Opposition zu traditionellen Medien dar, sondern ist komplementär als Brücke zwischen der Öffentlichkeit und den etablierten Medien bzw. deren Ergänzungen, zu verstehen.

Einleitung

„FREIRAD [...] setzt sich für die Partizipation von Bürger_innen am demokratischen und gesellschaftlichen Prozess ein [und] dient als Sprachrohr für in den Medien bislang unterrepräsentierte Gruppen und fördert die Meinungsvielfalt.“¹ Dies bedeutet, dass Menschen die Möglichkeit geboten wird, selbstständig journalistische Arbeit zu leisten und sowohl Meinung als auch Informationen über das Medium Radio in die Welt hinauszutragen.

Die Involvierung der Öffentlichkeit in den medialen Diskurs wird durch die heutige unkomplizierte Möglichkeit, Informationen zu verbreiten, begünstigt. Während des Arabischen Frühlings beispielsweise arbeiteten ägyptische Journalist_innen und Blogger_innen zusammen. Journalist_innen spielten prekäre Nachrichten, für die sie staatlich verfolgt worden wären, Blogger_innen zu. Nachdem diese online gestellt waren, zitierten dieselben Journalist_innen jene Blogs als Quellen.² Die Zusammenarbeit der Online-Aktivist_innen und klassischen Medien war durch die politische Lage, also durch den autoritären Griff des Mubarak-Regimes gefördert worden. Die Autoritäten Ägyptens als auch Lybiens reagierten erfolglos auf diese Konglomerate, indem sie das Internet abschalteten. Der partizipative Journalismus durch die Öffentlichkeit blieb ungebrochen.

¹ <http://www.freirad.at>

² http://www.jadaliyya.com/pages/index/599/from-the-blogsphere-to-the-street_the-role-of-social-media-in-the-egyptian-uprising [23.06.2017]

Syrien liegt laut der Organisation „Reporter ohne Grenzen“ in einem Ranking für Pressefreiheit auf Platz 177 von 180. Medienschaffende werden dort von zwei Seiten, nämlich dem Assad-Regime und jihadistischen Gruppierungen, bedroht und gefoltert³. Partizipativer Journalismus ist dort nach wie vor ein wichtiger Aspekt der kontrollierten Medienlandschaft. Dies begründet sich auch darin, dass internationale Medienhäuser teils ihre Berichterstattung in der Region unterbrechen. In Syrien agierende partizipative Journalist_innen werden teils dennoch nicht ernstgenommen⁴, obwohl sie ihr Leben dafür gefährden.

Voice of Peace ist ein Radioprogramm, das als Projekt vom Freien Radio Innsbruck – FREI-RAD initiiert wurde und seit Mai 2016 wöchentlich sendet. Hinter dem Magazin stehen Journalist_innen aus unterschiedlichen Regionen, wie beispielsweise dem Irak, Syrien, Georgien oder dem Iran, die aufgrund ihrer Arbeit zur Flucht gezwungen waren. Mit Voice of Peace haben sie sich eine Plattform geschaffen, ihre Profession fortzuführen und die Öffentlichkeit mittels partizipativen Journalismus zu unterrichten, aber auch Erlebtes oder persönlich Relevantes weiterzugeben. Aber was zeichnet partizipativen Journalismus eigentlich aus?

Partizipativer Journalismus

Als partizipative Journalist_innen werden jene Akteure bezeichnet, die „eine große Bandbreite an Nachrichten und Informationen produzieren, verbreiten und austauschen, die von aktuellen Themen und allgemeinen Interessen bis hin zu individuellen Belangen reichen“ (Nah 2008, 100, zit. nach Nah & Chung 2011, 716). Diese Personen leisten dabei nicht unbedingt kontinuierlich einen Beitrag, sondern können ebenfalls einmalig aktiv werden oder einen Blog betreiben. Zudem kann es sich um fachliche Instanzen handeln, durch welche die Arbeit partizipativer Journalist_innen bearbeitet und verbreitet wird (Nah et al. 2015, 400).

Ursprünglich entstand partizipativer Journalismus, auch Graswurzeljournalismus oder Bürger_innen-Journalismus, um die Kluft zwischen öffentlicher und privater Meinung zu verringern, die Demokratie zu untergraben schien (Chadha & Steiner 2015, 709). Dies begründet sich darin, dass partizipativer Journalismus nicht so stark wie traditionelle Medien von der Beziehung zu Institutionen und der Politik reguliert wird und dadurch „das Potential [hat] außerhalb dieser Beziehungen zu arbeiten, ohne von heimischer und internationaler Politik und auferlegten Rahmenbedingungen aufgehalten zu werden“ (Korson 2015, 366). Dies stimmt wie eingangs gezeigt aber nur bedingt. Obwohl es für hauptberufliche Journalist_innen schwieriger sein kann, etablierte Interessen in Frage zu stellen, und partizipative teils weniger in den Mittelpunkt geraten, stehen sie dennoch realen Gefahren gegenüber, wie das bereits genannte Beispiel aus Syrien zeigt.

³ <https://www.reporter-ohne-grenzen.de/syrien/>

⁴ <http://www.reuters.com/article/us-syria-journalist-interview-idUSKCN0XA2FR>

Zu den Möglichkeiten des partizipativen Journalismus

Heute gibt es viele Beispiele für partizipativen Journalismus, die häufig im Zusammenhang mit Minoritäten stehen. CGNet Swara ist eine APP, die es Bürger_innen des zentralindischen Bundesstaates Chhattisgarh ermöglicht, via Sprachnachrichten lokale Nachrichten zu verbreiten. Nachdem diese von Moderator_innen verifiziert und geprüft wurden, werden sie veröffentlicht. Da es Sprachnachrichten sind, erreichen diese Informationen auch Personen mit Leseschwächen. Zudem gibt es abseits der etablierten Medien, die hauptsächlich auf Englisch und Hindi publizieren, ein Medium, das der dortigen Sprachvielfalt gerecht wird (Chadha & Steiner 2015, 706ff.).

Eine Studie von Korson (2015, 371) zeigt zudem, dass durch partizipativen Journalismus die medial dargestellte Meinung evaluiert werden kann und wird, da „traditionelle Nachrichten zwar repräsentativ für die Wahrnehmung der Gesicherten sein können, partizipative Medien jedoch Informationen und Meinung reflektieren, die direkt von den Gesicherten entspringen“. In ihrer Studie untersuchte sie Tweets mit den Hashtags MINUSTAH und ONUCI, einer Friedensmission in Haiti und einer in Côte d’Ivoire. Dabei stellte sich heraus, dass ONUCI in Côte d’Ivoire durchaus willkommen war. Im Kontrast dazu charakterisierten die Bewohner_innen Haitis MINUSTAH subsequent als Besatzungsmacht.

Ein weiteres Beispiel ist Südkorea. Dort wurde im Jahr 2000 die Plattform Ohmynews ins Leben gerufen, die heute 42.000 registrierte partizipative Journalist_innen zählt. Südkoreaner_innen, speziell jüngere, erkannten das gesellschaftliche und politische Potenzial des Onlinenachrichtendienstes und schreiben diesem teilweise eine höhere Glaubwürdigkeit als beispielsweise Printmedien zu (Johnson & Kim 2009). Aber genau die Glaubwürdigkeit des partizipativen Journalismus stellt ein Problem dar.

Zur Glaubwürdigkeit des partizipativen Journalismus

Partizipativer Journalismus wird nicht nur mit aktivistischen Agenden assoziiert, häufig fehlt es auch an Verifizierung und Überprüfung der einzelnen Fakten (Chadha & Steiner 2015, 710). Dies ist mitunter ein Grund, warum hauptberufliche Journalist_innen die Zusammenarbeit mit Laien tendenziell ablehnen.

Johnson & Kim (2009, 283ff.) stellen in ihrem Artikel jedoch einen Zusammenhang zwischen der nationalen Medienfreiheit und der Glaubwürdigkeit von digitalen Medien fest und zeigen eingangs auf, dass in Ländern mit stärkerer Zensur Menschen dazu neigen, alternativen Medien mehr Glaubwürdigkeit zuzuschreiben. Korson (2015, 364) weist zudem darauf hin, dass partizipativer Journalismus zwar „nicht frei von Parteilichkeit ist, [...] aber ein moderner Ansatz Nachrichten zu framen, der die Rolle und den Einfluss von dazwischenkommenden Akteur_innen beschränkt“. Nach ihr werden Informationen von Nachrichtenagenturen, Redakteur_innen und Journalist_innen geframet, interpretiert und weiterverbreitet. Dies bedeutet, dass Nachrichten kaum unbeeinflusst publiziert werden. Durch die Hinzunahme einer weiteren Instanz, nämlich der Öffentlichkeit, wird das dargestellte Meinungsspektrum erweitert und ein breiterer Diskurs möglich.

Konklusion

Dies soll aber nicht bedeuten, dass partizipativer Journalismus vertrauenswürdiger ist als hauptberuflicher Journalismus. Besonders jenen Personen, die selten oder einmalig die Rolle eines_r Journalisten_in übernehmen, fehlt es meistens an einer einschlägigen Ausbildung. Die Verifizierbarkeit von Informationen, gerade wenn Medien als Alternative News mit Alternative Facts gekontert wird, ist essentiell und Grundlage qualitativ hochwertigen Journalismus. Partizipative und freie Medien können aber ein Katalysator für internationalen und nationalen Dialog sein und Meinungspluralismus begünstigen, der Demokratie weiterentwickelt (Korson 2015, 364). Dies wird durch die Verbreitung von Informationen, die in größeren Medien keinen Platz finden, befördert. Zwar ist dadurch nicht automatisch eine größere Reichweite dieser Nachrichten gegeben, eine Adaption durch etablierte Medienhäuser kann diese jedoch forcieren, indem sie geprüfte und verifizierbare Inhalte freier und partizipativer Medien übernehmen und dadurch partizipativer Journalismus zur Brücke zwischen der Öffentlichkeit und dem medialen Betrieb wird.

Literaturverzeichnis

- Johnson, Thomas J. & Kim, Daekyung (2009): A Shift In Media Credibility: Comparing Internet and Traditional News Sources in South Korea. In: *The International Communication Gazette* 71 (4), S. 283-302.
- Kalyani Chadha & Linda Steiner (2015): The Potential And Limitations Of Citizen Journalism Initiatives. In: *Journalism Studies* 16 (5), S. 706-718.
- Korson Cadey (2015): Political Agency and Citizen Journalism: Twitter as a Tool of Evaluation. In: *The Professional Geographer* 67 (3), S. 364-373.
- Nah, Seungahn & Chung, Deborah S. (2011): When citizens meet both professional and citizen journalists: Social trust, media credibility, and perceived journalistic roles among online community news readers. In: *Journalism* 13 (6), S. 714-730.
- Nah, Seungahn; Yamamoto, Masahiro; Chung, S. Deborah & Zuercher, Robert (2015): Modeling the Adoption and Use of Citizen Journalism by Online Newspapers. In: *Journalism & Mass Communication Quarterly* 92 (2), S. 399-420.

Automatisierte Plagiatserkennung in Textdokumenten: Was der Schreibstil eines Autors über die Echtheit verrät

Michael Tschuggnall

Zusammenfassung

Aktuelle Ereignisse und die daraus resultierenden öffentlichen Diskussionen zeigen, dass Plagiate, und vor allem die Erkennung dieser, ein durchaus wichtiges Thema darstellen. Durch die hohe und ständig steigende Anzahl an frei verfügbaren Textdokumenten über literarische Datenbanken oder umfassende Online-Sammlungen wie z.B. Wikipedia wird es zudem immer leichter, Quellen für mögliche Plagiate zu finden, während es auf der anderen Seite für automatische Erkennungstools aufgrund der großen Datenmengen immer schwieriger wird, diesen entgegenzuwirken. Dieser Beitrag widmet sich der Frage, ob und wie sicher Verdachtsfälle über eine reine Analyse des Schreibstils, d.h. ohne Vergleiche mit existierenden Texten, erkannt werden können. Im Speziellen kann die unbewusste Verwendung von Grammatik zur Identifizierung von Autoren verwendet werden. Aktuelle Forschungsergebnisse zeigen, dass derartige Analysen erfolgreich für die Plagiatserkennung, aber auch für verwandte Gebiete wie z.B. die Autoreuzuordnung oder Autorprofilierung eingesetzt werden können.

Einleitung

Durch die Entwicklungen im Bereich der elektronischen Datenverarbeitung und der Zugänglichkeit des World Wide Web steigt die Anzahl der öffentlich zugänglichen Textdokumente täglich. Neben Online-Bibliotheken wie z.B. Project Gutenberg, die Millionen von elektronischen Büchern zum freien Download anbieten, wird Text auch massiv über E-Mails, SMS oder Soziale Medien wie Facebook oder Twitter verbreitet. Im Gegensatz zu Letzteren, wo der Inhalt und die Autoren meist leicht klassifizierbar sind, stellt die unsachgemäße Wiederverwendung von Textfragmenten vor allem im akademischen Bereich ein ernsthaftes Problem dar. Die Erkennung solcher Plagiatsfälle kann mit recht einfachen Mitteln erfolgen, wenn ganze Textbausteine ohne oder mit nur geringfügiger Veränderung aus öffentlich zugänglichen und populären Quellen wie z.B. Wikipedia übernommen wurden. Andererseits ist es bereits wesentlich schwieriger, Plagiate zu erkennen, wenn der Originaltext stark umstrukturiert wurde, oder auch wenn die Quelle gar nicht (elektronisch) verfügbar ist. Vor allem in letzteren Fällen ist eine dokumentinterne Analyse des Schreibstils unvermeidbar. Während es für menschliche Leser oft leicht ist, Änderungen des Schreibstils zu identifizieren, ist dies für computerbasierte Algorithmen deutlich schwerer. Beispielsweise erkennen Betreuer von wissenschaftlichen Arbeiten Plagiate recht häufig daran, dass gewisse Sätze oder Absätze *anders* sind und nicht ins Gesamtbild passen. Eine Internetsuche nach dem entsprechenden Textfragment liefert dann oft rasch die Quelle.

Die Herangehensweise im obigen Beispiel verwendet dabei beide Möglichkeiten zur Plagiatserkennung: externe und intrinsische Erkennung. Bei einer externen Untersuchung wird ein Text nach gewissen Kriterien in Fragmente unterteilt, und jedes dieser Fragmente wird mit möglichen Quellen verglichen. Diese Quellen bestehen meist aus einer Kombination von großen Dokumentdatenbanken, die über die Zeit gesammelt und gespeichert worden sind, als auch aus über direkte Onlinesuche in verfügbaren Dokumenten. Die anschließend durchgeführten Vergleiche zwischen Text und Quelle werden dabei mithilfe von Algorithmen durchgeführt, die gegenüber kleineren Änderungen oder Fehlern robust sind, also z.B. mit Fehlern wie „Plagat“ anstatt „Plagiat“ umgehen können. Wird eine Übereinstimmung gefunden, so wird mit der externen Methode also auch immer automatisch die Quelle identifiziert.

Dies ist mit einer intrinsischen Analyse nicht möglich, da hier mögliche Plagiate ausschließlich dokumentintern durch gefundene Stiländerungen identifiziert werden (vgl. Potthast et al. 2011 sowie Stein et al. 2011). Oft verwendete Merkmale zum Erkennen von plötzlichen Stiländerungen in der intrinsischen Plagiatserkennung inkludieren z.B. die Art der Verwendung von Vokabular, die (durchschnittliche) Satzlänge oder die Komplexität der verwendeten Grammatik. Zusätzlich werden oft noch viele weitere lexikalische, syntaktische oder semantische Kenngrößen herangezogen, um Texte zu untersuchen. Unterscheidet sich der Stil in einem gewissen Textabschnitt signifikant vom Stil des gesamten Dokuments, so kann dies auf ein Plagiat hindeuten. Anders ausgedrückt kann also eine rein intrinsische Analyse nie hundertprozentige Sicherheit über das Vorkommen von Plagiaten liefern, sondern nur gut begründete und statistisch belegte Hinweise aufzeigen. Vollständige Gewissheit kann aber u.U. durch eine anschließende externe Suche über die relevanten Textstellen erlangt werden.

Im Folgenden wird ein Überblick über die in Tschuggnall (2014) entwickelten Methoden zur intrinsischen Plagiatserkennung gegeben, die insbesondere die verwendete Grammatik von Autoren untersuchen, um Stilbrüche zu erkennen. Anschließend wird aufgezeigt, welche zusätzlichen Anwendungsgebiete sich durch eine algorithmische Stilerkennung ergeben, darunter z.B. eine automatisierte Schriftstück-Autor-Zuordnung, das automatisierte Erstellen von Autorprofilen oder auch die Analyse von Bibeltexten.

Intrinsische Plagiatserkennung

Wie bereits erwähnt liefert die intrinsische Plagiatserkennung nur mögliche Verdachtsfälle, ist aber im Vergleich zur externen Erkennung weniger akkurat, da sie die Quelle im Gegensatz zu letzterer nicht liefert. Trotzdem werden intrinsische Methoden aus mehreren Gründen eingesetzt. Beispielsweise können Plagiate mit externen Algorithmen niemals gefunden werden, wenn sich die Quellen nicht in der Datenbank befinden oder nicht digital verfügbar sind (z.B. ältere Bücher oder akademische Abschlussarbeiten). Zusätzlich haben externe Erkenner oft Probleme mit zu stark modifizierten Textstellen, wenn etwa beispielsweise Wörter durch Synonyme ersetzt werden. Schlussendlich können intrinsische Ansätze vorgeschaltet werden, um die benötigte Menge an Textvergleichen für externe Erkennungsmethoden signifikant zu reduzieren.

Der Stil von Autoren

Um den Schreibstil von Autoren zu quantifizieren werden verschiedenste Kennzahlen aus einem Text extrahiert. Häufig herangezogene Metriken sind dabei bevorzugtes Vokabular (vgl. Oberreuter et al. 2011), Phrasen, Wörter oder Buchstaben, verwendete Satz- und Sonderzeichen, Emoticons, Schriftfarben oder auch vorhandene Rechtschreib-, Grammatik- sowie Tippfehler (vgl. Koppel et al. 2003). Auch die verwendeten Grammatikstrukturen können systematisch analysiert werden, um zwischen verschiedenen Autoren zu unterscheiden. Diese ist insbesondere sehr hilfreich, da sie unabhängig von den konkret verwendeten Wörtern in den meisten Fällen unbewusst eingesetzt wird, um Sätze zu bilden. D.h. selbst bei bewusstem Austausch von Wörtern oder gar Manipulation von Teilsätzen bleibt die grundsätzliche Grammatikstruktur bestehen.

Jeder geschriebene Satz folgt den Grammatikregeln der verwendeten Sprache und kann durch einen sog. Grammatikbaum visualisiert werden. Dieser spiegelt den Aufbau der einzelnen Satzkomponenten wider und zeigt so implizit die verwendeten Regeln. Im Allgemeinen gibt es in einer Sprache sehr viele Möglichkeiten, Sätze syntaktisch zu formulieren, ohne dabei die Bedeutung zu verändern. Beispielsweise kann der englische Satz

“The strongest rain ever recorded in India shut down the financial hub of Mumbai, officials said today.” (S₁)

auch formuliert werden als

“Today, officials said that the strongest Indian rain which was ever recorded forced Mumbai’s financial hub to shut down.” (S₂)

Die beiden Sätze sind semantisch äquivalent, unterscheiden sich aber signifikant in ihrer Syntax. Die Grammatikbäume, welche sich durch die Verwendung der entsprechenden Strukturregeln der englischen Sprache ergeben, sind in Abbildung 1 dargestellt. Die Knoten bezeichnen dabei sog. *Part-of-Speech (POS)-Tags* und klassifizieren so z.B. Verben (VB), Adjektive (JJ), Nomenphrasen (NP) oder Adverbphrasen (ADVP).

Der Plag-Inn-Algorithmus

Die Grundidee des in Tschuggnall & Specht (2013) entwickelten Algorithmus „Plag-Inn“ besteht nun darin, etwaige Differenzen in den Grammatikbäumen wie in Abbildung 1 dargestellt zu quantifizieren, um so Irregularitäten in der verwendeten Syntax zu finden. Konkret besteht der Algorithmus aus den folgenden Schritten:

1. Bereinigung des Textes und Aufteilung in einzelne Sätze.
2. Berechnung eines Grammatikbaums für jeden Satz.
3. Berechnung des Unterschieds zwischen den einzelnen Grammatikbäumen.
4. Identifizierung von signifikant unterschiedlichen Sätzen (Bäumen).
5. Berechnung des finalen Ergebnisses, d.h. Markierung von potentiellen Plagiaten.

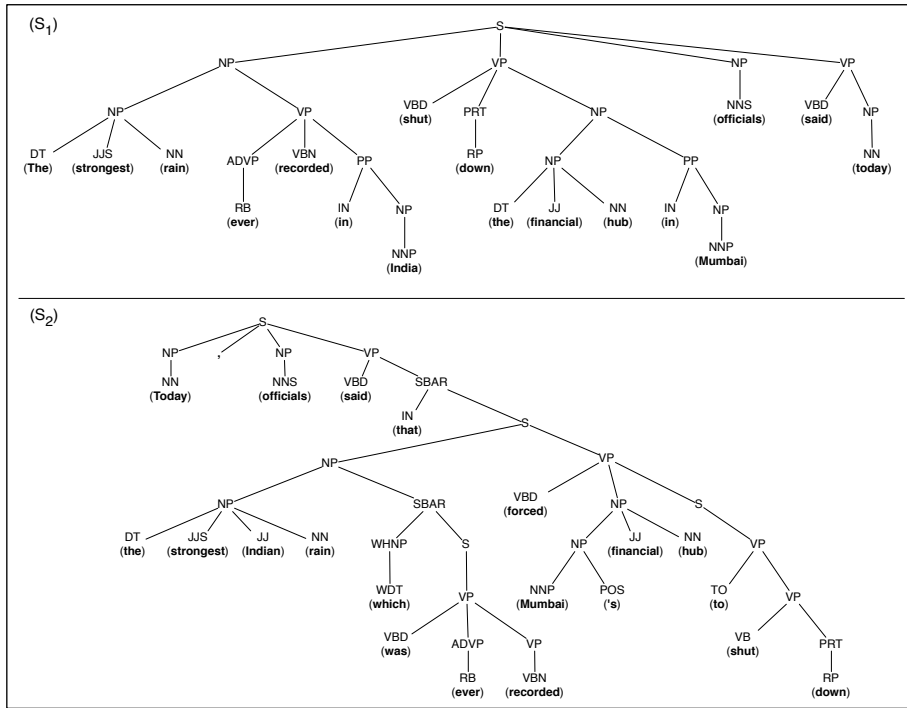


Abbildung 1: Grammatikbäume der Sätze S_1 und S_2 .

Da Dokumente oft gescannt und über Texterkennung verarbeitet werden, entstehen Fehler bzw. unerwünschte Zeichen, die im ersten Schritt entfernt werden. Ebenfalls werden Formatierungen, kurze Überschriften oder Leerzeilen entfernt, da sie für die folgende grammatikalische Analyse nicht von Bedeutung sind. Nach diesen vorbereitenden Maßnahmen wird der Text nun in einzelne Sätze aufgeteilt. Dafür werden sog. „Sentence Boundary Disambiguation“-Algorithmen eingesetzt, die mit hoher Genauigkeit Satzgrenzen identifizieren (vgl. Palmer & Hearst 1997).

Für jeden Satz wird anschließend ein Grammatikbaum wie in Abbildung 1 berechnet, der als Grundlage für die folgenden Berechnungen dient. Liegen die Bäume aller Sätze vor, so wird für jedes Paar eine Distanz berechnet, d.h. ein Maß dafür, wie sehr sich die beiden Bäume unterscheiden. Diese Distanz wird mithilfe von sog. pq-Grammen (vgl. Augsten et al. 2010) bzw. der pq-Gramm-Distanz berechnet. Vereinfacht gesagt werden dabei alle möglichen grammatikalischen Teilstrukturen aus einem Baum nach gewissen Regeln extrahiert und anschließend mit den Teilstrukturen des zweiten Baums verglichen. Da der Plag-Inn-Algorithmus

ausschließlich die verwendete Grammatik überprüft, werden die konkret verwendeten Wörter, d.h. das Vokabular, ignoriert. Je mehr Teilstrukturen übereinstimmen, desto ähnlicher sind sich die Bäume. Die Distanz zwischen allen Bäumen, repräsentiert durch einen numerischen Wert, wird dann in einer Matrix festgehalten, die visualisiert in etwa wie in Abbildung 2 aussehen kann.

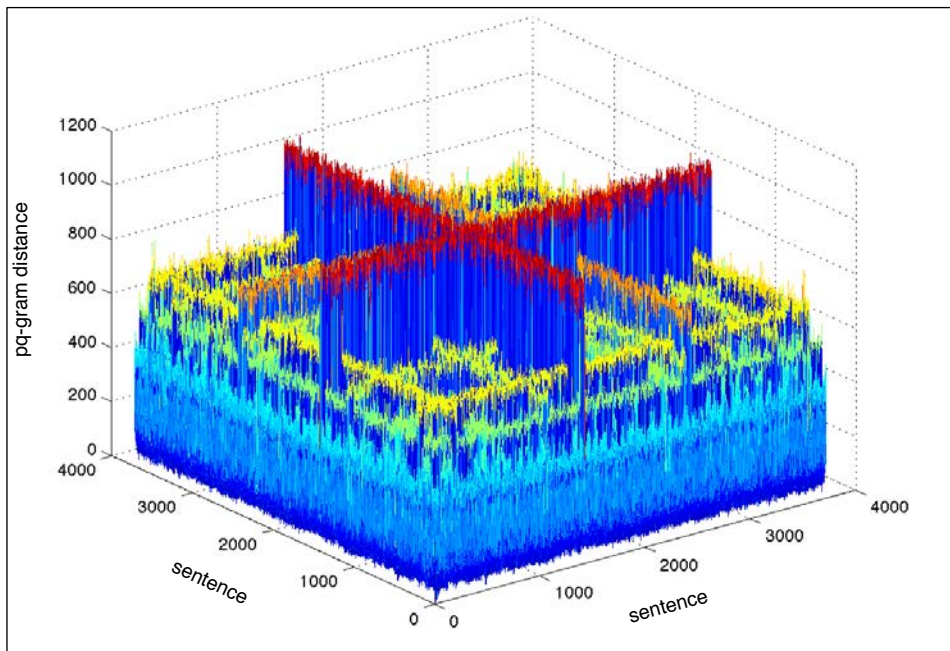


Abbildung 2: Grammatikbäume der Sätze S_1 und S_2 .

Das Beispiel zeigt ein Dokument mit ca. 4.000 Sätzen, wobei x- und y-Achsen die Position der Sätze im Dokument repräsentieren. Die Höhe der Werte der z-Achse zeigen schlussendlich die Distanzen zwischen den Sätzen. Im Beispiel ist bereits mit freiem Auge ersichtlich, dass gewisse Sätze sich im Vergleich zu allen anderen deutlich mehr unterscheiden, grammatikalisch also einen deutlich anderen Stil aufweisen. Um dies auch algorithmisch zu quantifizieren, wird die durchschnittliche Distanz für jeden Satz berechnet und anschließend werden mit statistischen Standardverfahren Ausreißer ermittelt.

Die ermittelten Ausreißer, d.h. Sätze, die sich unter Betrachtung des grammatikalischen Schreibstils signifikant unterscheiden, werden als potenziell plagiiert gekennzeichnet und dienen schlussendlich als Ausgangspunkt für die finale Berechnung des Endergebnisses. Dafür

wurde ein Algorithmus entwickelt, der das Ergebnis „glättet“, also von Unsicherheiten so gut wie möglich befreit. Beispielsweise werden einzelne Sätze wieder als nicht plagiiert gekennzeichnet, wenn sie sich isoliert inmitten von nicht plagiierten Sätzen befinden. Umgekehrt werden Sätze auch erst im letzten Schritt als Plagiat markiert, wenn sich diese innerhalb eines größeren Plagiatbereichs befinden. Dies kann z.B. auftreten, wenn kurze Bindsätze kopiert wurden, die zu wenig grammatikalische Information enthalten, um alleinstehend als Ausreißer identifiziert zu werden. Deshalb wird in solchen Fällen auch immer der Kontext miteinbezogen.

Evaluationen auf einem speziell erzeugten Datenset zeigen, dass der Algorithmus eine Genauigkeit von über 35% erreicht, was einem hohen Wert für intrinsische Verfahren entspricht. Weiters konnte erforscht werden, dass der Algorithmus bei Normallängen-Dokumenten von ca. 100-200 Sätzen (etwa ein wissenschaftlicher Artikel) im Vergleich zu Buchlänge-Dokumenten noch deutlich an Zuverlässigkeit gewinnt und bis zu 50% Genauigkeit erzielt.

Varianten

Um die Genauigkeit weiter zu erhöhen, wurden noch zwei zusätzliche Varianten des Plag-Inn-Algorithmus entwickelt, die auf der originalen Idee aufbauen, sich aber in mehreren Details unterscheiden. Im *POS-Plag-Inn*-Ansatz wird auf die Auswertung von Grammatikbäumen verzichtet und stattdessen werden nur linearisierte, „flachgedrückte“ Folgen von Part-of-Speech-Tags verarbeitet. Zum Beispiel wird für den Satz „*This is a simple sentence*“ kein Grammatikbaum, sondern nur die Folge „DT-VBZ-DT-JJ“ berechnet. Die Distanzen zwischen Sätzen werden dann mit diesen Folgen berechnet, was mithilfe von adaptierten Algorithmen aus der Genetik (Sequenz-Alinierung) durchgeführt wird.

Weiters wurde im *PQ-Plag-Inn*-Algorithmus eine Variante entwickelt, die nicht mehr einzelne Sätze miteinander vergleicht, sondern Profile aus pq-Grammen, d.h. grammatikalischen Teilstrukturen erstellt. Hier wird für das gesamte Dokument ein Profil erstellt, welches die meistverwendeten Teilstrukturen und deren Häufigkeiten enthält. Anschließend werden schrittweise einzelne Textabschnitte untersucht, deren Profile berechnet und mit dem Profil des gesamten Dokuments verglichen. Unterscheiden sich Textabschnitte signifikant, so werden diese als mögliches Plagiat eingestuft.

Beide Varianten wurden ebenfalls ausgiebig getestet und optimiert, und es zeigt sich, dass der POS-Ansatz in etwa dieselbe Performanz wie der Grundalgorithmus liefert, während die Variante mit den Profilen nochmal eine deutliche Verbesserung erzielen kann.

Weitere Anwendungsgebiete

Eine stilistische Analyse von Text hat neben der intrinsischen Plagiatserkennung noch viele weitere Einsatzgebiete, von einer automatischen Zuordnung von Texten zu Autoren über die Generierung von Empfehlungen bis hin zu klinischen Anwendungen. Im Folgenden wird ein kurzer Überblick gegeben, was konkret mit der bisher beschriebenen grammatikalischen Analyse entwickelt wurde.

Zuordnung von Autoren

Die Problemstellung der automatischen Autorenerkennung kann recht einfach formuliert werden: Weise einem Textdokument unbekannter Urheberschaft einen bekannten Autor zu, oder anders formuliert: Gegeben sei ein Textdokument – wer hat es geschrieben? Die Zahl der möglichen Autoren wird dabei meist so weit wie möglich eingeschränkt (auf z.B. drei oder maximal 20), und für jeden Kandidaten existieren verifizierte Schriftstücke, mit denen das unbekannte Dokument verglichen werden kann. Aktuelle Ansätze verwenden eine Reihe von Kenngrößen (oft mehr als 100), welche sehr häufig mit sog. Machine-Learning-Algorithmen verarbeitet werden (vgl. Stamatatos 2009).

In Tschuggnall & Specht (2014b) wurde der entwickelte Ansatz zur Plagiatserkennung so adaptiert, dass er für die Autorenerkennung verwendet werden kann. Aufgrund der Evaluationen zur Plagiatserkennung, die für den Profilansatz die besten Ergebnisse lieferten, wurde auch hier mit Profilen gearbeitet, die auf Teilstrukturen von Grammatikbäumen basieren. Die Zuordnung erfolgt anschließend so, dass selbstlernende Machine-Learning-Algorithmen mit bekannten Texten von Autoren „trainiert“ werden, sodass schlussendlich nach selbst abgeleiteten Regeln ein neues, unbekanntes Schriftstück einem dieser Autoren zugewiesen werden kann. Mit einer Genauigkeit von über 75-90% konnten sowohl Datensätze mit wenigen als auch mit mehreren Kandidaten zugewiesen werden, wobei einzelne Datensätze sogar eine Genauigkeit von 100% erreichten. Dies ist insbesondere deshalb ein ausgesprochen gutes Resultat, weil im Vergleich zu anderen Ansätzen hier nur eine einzige Kenngröße herangezogen wurde, und zwar die verwendete Grammatik der Autoren.

Ein verwandtes Problem wurde in Tschuggnall & Specht (2014a) behandelt. Dabei wurde versucht, Einzelbeiträge aus einem gemeinschaftlich geschriebenen Dokument zu filtern. Die Arbeitsweise ist hierbei sehr ähnlich zu den vorigen Ansätzen, d.h. es wurde wieder mit Grammatikbäumen, Profilen und Machine-Learning-Algorithmen gearbeitet. Da es allerdings möglich sein sollte, auch ohne vorher bekannte Proben von den Autoren Einzelbeiträge zu finden, musste auf andere Algorithmen zurückgegriffen werden, die imstande sind, ohne jedes Vorwissen nach grammatikalischen Ähnlichkeiten Gruppierungen zu erstellen. Eine Evaluation wurde auf verschiedenen Testdatensätzen durchgeführt und erreichte – gemittelt über alle Datensätze – eine Genauigkeit von etwa 63%.

Erstellen von Autorenprofilen

In aktuellen *Profiling*-Ansätzen wird versucht, möglichst viel Information aus einem gegebenen Textstück zu extrahieren. Dies umfasst häufig das Alter und Geschlecht des Autors (vgl. Argamon et al. 2009), aber auch Daten wie den kulturellen Hintergrund, den Ausbildungsgrad oder psychologische Einstufungen wie etwa Intro-/Extrovertiertheit (vgl. Noecker et al. 2013). Eine automatisierte Früherkennung von Depression aufgrund des sich ändernden Schreibstils wurde in Losada et al. (2016) prototypisch entwickelt und mit vielversprechenden Ergebnissen evaluiert.

In Tschuggnall & Specht (2014c) wurde versucht, sowohl das Geschlecht als auch das Alter (aufgeteilt in drei Altersgruppen) des Autors eines gegebenen Schriftstücks aufgrund der verwendeten Grammatik automatisch zu erkennen. Dabei wurde ähnlich wie bei der Autorenerkennung wieder auf pq-Gramm-Profile zurückgegriffen, die wieder mit selbstlernenden Algorithmen verarbeitet wurden. Die Evaluation auf einem Testdatenset von mehreren tausend Web-Blogs ergab auch hier sehr gute Ergebnisse: Das Geschlecht konnte mit nahezu 70% Genauigkeit erkannt werden, und das Alter mit knapp über 60%. Auswertungen im Detail ergaben, dass die Grammatikanalyse ausgesprochen gut zwischen Personen im Alter von 10-20 und Personen von 20-30 unterscheiden kann, allerdings Probleme bei der Trennung zwischen Letzteren und Personen über 30 hat.

Bibelanalyse

Eine weitere interessante Anwendung findet die entwickelte Grammatikanalyse in der Literarkritik. In Tschuggnall et al. (2016) wurde versucht, Bibelstellen nach Autoren zu gruppieren sowie „Plagiate“ zu finden, d.h. Stellen innerhalb eines Verses zu finden, die einen signifikant anderen Schreibstil aufweisen. So wurden angepasste Algorithmen unter Verwendung des von Wolfgang Richter entwickelten Grammatikmodells auf althebräischen Text angewandt. Sowohl in der „Plagiaterkennung“ als auch in der Gruppierung von Autoren konnten theologisch als gesichert geltende Fakten algorithmisch belegt werden, teilweise mit Übereinstimmungsraten von 100%. Neben diesen Bestätigungen wurden auch noch nicht bekannte Unstimmigkeiten lokalisiert, die als Grundlage für künftige literarkritische Forschung dienen soll.

Zusammenfassung

Textueller Plagiarismus ist ein häufig auftretendes Problem in der modernen vernetzten Gesellschaft, vor allem durch die leichte Zugänglichkeit von Millionen von Textdokumenten. Als eine mögliche Gegenmaßnahme wurden in diesem Artikel intrinsische Plagiatserkennungsalgorithmen vorgestellt, die ausschließlich das zu prüfende Dokument untersuchen und keine externen Vergleiche durchführen. Die Grundidee, dass sich Autoren in der Verwendung ihrer Grammatik signifikant unterscheiden, diese aber meist unbewusst verwenden und somit ungewollte Fingerabdrücke hinterlassen, wurde systematisch verfolgt und in mehreren Varianten validiert. Evaluationen und Optimierungen liefern sehr gute Ergebnisse und deuten darauf hin, dass Plagiate tatsächlich durch Grammatikanalysen gefunden werden können. Weiter wurde gezeigt, dass dieselben Ideen auch bei verwandten Problemstellungen wie der automatischen Erkennung von Autoren, Extrahieren von Alter und Geschlecht oder der Analyse von alten Texten erfolgreich eingesetzt werden können.

Literatur

- Augsten, Nikolaus; Böhlen, Michael; Gamper, Johann (2010): The pq-gram Distance Between Ordered Labeled Trees. In: *ACM Transactions on Database Systems (TODS)* 35 (1), S. 4.
- Argamon, Shlomo; Koppel, Moshe; Pennebaker, James W. & Schler, Jonathan (2009): Automatically Profiling the Author of an Anonymous Text. *Communications of the ACM* 52 (2), S. 119-123.
- Koppel, Moshe & Schler, Jonathan (2003): Exploiting Stylistic Idiosyncrasies for Authorship Attribution. In: *Proceedings of the 18th International Joint Conference on Artificial Intelligence, Acapulco, Mexico*, S. 72-80.
- Losada, David E. & Crestani, Fabio (2016): A Test Collection for Research on Depression and Language Use. In: *International Conference of the Cross-Language Evaluation Forum for European Languages*. Springer, S. 28-39.
- Noecker, John; Ryan, Michael & Juola, Patrick (2013): Psychological Profiling Through Textual Analysis. In: *Literary and Linguistic Computing* 28 (3), S. 382-387.
- Oberreuter, Gabriel; L'Huillier, Gaston; Rios, Sebastian A. & Velasquez, Juan D. (2011): Approaches for Intrinsic and External Plagiarism Detection. In: *Notebook Papers of the 5th Evaluation Lab on Uncovering Plagiarism, Authorship and Social Software Misuse (PAN)*. Amsterdam, The Netherlands.
- Palmer, David D. & Hearst, Marti A. (1997): Adaptive multilingual sentence boundary disambiguation. In: *Computational Linguistics* 23 (2), S. 241-267.
- Potthast, Martin; Eiselt, Andreas; Barron-Cedeno, Alberto; Stein, Benno & Rosso, Paolo (2011): Overview of the 3rd International Competition on Plagiarism Detection. In: *Note-*

- book Papers of the 5th Evaluation Lab on Uncovering Plagiarism, Authorship and Social Software Misuse (PAN). Amsterdam, The Netherlands.
- Stamatatos, Efsthios (2009): A Survey of Modern Authorship Attribution Methods. In: Journal of the American Society for Information Science and Technology 60 (3), S. 538-556.
- Stein, Benno; Lipka, Nedim & Prettenhofer, Peter (2011): Intrinsic Plagiarism Analysis. In: Language Resources and Evaluation 45 (1), S. 63-82.
- Tschuggnall, Michael & Specht, Günther (2013): Detecting Plagiarism in Text Documents Through Grammar-Analysis of Authors. In: Proceedings of the 15th Fachtagung des GI-Fachbereichs Datenbanksysteme für Business, Technologie und Web (BTW). LNI, GI, Magdeburg, Germany, S. 241-259.
- Tschuggnall, Michael (2014): Intrinsic Plagiarism Detection and Author Analysis By Utilizing Grammar. Dissertation, Institut für Informatik, Universität Innsbruck.
- Tschuggnall, Michael & Specht, Günther (2014a): Automatic Decomposition of Multi-Author Documents Using Grammar Analysis. In: Proceedings of the 26th GI-Workshop on Grundlagen von Datenbanken. CEUR-WS, Bozen, Italy.
- Tschuggnall, Michael & Specht, Günther (2014b): Enhancing Authorship Attribution By Utilizing Syntax Tree Profiles. In: Proceedings of the 14th Conference of the European Chapter of the Association for Computational Linguistics (EACL), volume 2: Short Papers. Association for Computational Linguistics, Gothenburg, Sweden, S. 195-199.
- Tschuggnall, Michael & Specht, Günther (2014c): What Grammar Tells About Gender and Age of Authors. In: Proceedings of the 4th International Conference on Advances in Information Mining and Management (IMMM). Paris, France, S. 30-35.
- Tschuggnall, Michael; Specht, Günther & Riepl, Christian (2016): Algorithmisch unterstützte Literarkritik. In H. Rechenmacher (Hrsg.): Arbeiten zu Text und Sprache im Alten Testament, 100. Band (ATSAT 100), In Memoriam Wolfgang Richter. St. Ottilien, 2016.

Autorinnen und Autoren

Petra Bernhardt, Dr.ⁱⁿ, ist Politikwissenschaftlerin. Sie forscht und lehrt an der Universität Wien und ist Mitglied des Forschungsschwerpunkts *Visual Studies in den Sozialwissenschaften*. Arbeitsschwerpunkte: Visuelle politische Kommunikation, strategische Kommunikation, Fotojournalismus, Terror- und Gewaltikonographien.

Eva Binder, Dr.; Universität Innsbruck, Institut für Slawistik; aktuelle Arbeitsschwerpunkte: Russische Kultur des 20. Jahrhunderts und der Gegenwart unter dem Aspekt von kulturwissenschaftlichen, film- und literaturhistorischen sowie medienwissenschaftlichen Fragestellungen, Transkulturalitätsforschung, dokumentarisches Erzählen in Film und Literatur.

René Foidl, Student der Sprachwissenschaft, Koordinator des Projekts *Voice of Peace* beim Freien Radio Innsbruck – FREIRAD.

Christine Hämmerling, Dr.; Institut für Sozialanthropologie und Empirische Kulturwissenschaft – Populäre Kulturen der Universität Zürich; Forschungsschwerpunkte: Medien- und Rezeptionsforschung, Konsum- und Werbeforschung, Methodendebatten; kulturwissenschaftliche Raumforschung; Ökonomien und Vertrauen.

Knut Hickethier, Univ.-Prof.; Studium der Kunsterziehung, Germanistik und Erziehungswissenschaft, 1979 Promotion in Berlin, 1982 Habilitation in Osnabrück. Seit 1994 an der Universität Hamburg. Zu seinen Hauptarbeitsgebieten gehören Medienwissenschaft, Film- und Fernsehanalyse, Programmgeschichte und -theorie des Fernsehens, Filmgeschichte und Filmtheorie, Fernsehspiel, Fernsehserie, Kindersendungen, Nachrichtensendungen, Sportsendungen und andere Genres, Theorie und Geschichte der Medienwissenschaft sowie Film- und Fernsehkritik.

Sandra Mauler, BA MA, ist Doktorandin im Fach Europäische Ethnologie an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck und aktives Mitglied des interdisziplinären Forums Innsbruck Media Studies. Ihre Forschungsinteressen umfassen derzeit den Diskurs von Prokrastination, Populär- und Fankulturen, Medienpraxiskulturen, Qualitative Forschungsmethoden und Forschungsethik.

Heike Ortner, Dr., ist Assistenzprofessorin im Fachbereich Germanistische Linguistik am Institut für Germanistik an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck. Ihre aktuellen Forschungsschwerpunkte sind Sprache und Bewegung, Emotionslinguistik, Online-Kommunikation und Tendenzen der deutschen Gegenwartssprache.

Ulrike Pfeiffenberger, MA, ist Doktorandin an der Fakultät für Bildungswissenschaft und Masterstudentin der Vergleichenden Literaturwissenschaft an der Leopold-Franzens-Universität. Sie war von 2005 – 2010 beim Filmservice Creative Creatures GmbH als Assistentin der Geschäftsleitung tätig. Ihr akademisches Interesse liegt innerhalb der medienpädagogischen und medienwissenschaftlichen Forschung. Sie ist aktives Mitglied des interdisziplinären Forums Innsbruck Media Studies an der Leopold-Franzens-Universität und des Kinderbeirats der Jungen Uni Innsbruck.

Ulrich Sarcinelli, Univ.-Prof., Dr., Lehramtsstudium und Schuldienst, Zweitstudium (gleichzeitig Wissenschaftlicher Mitarbeiter an der EWH, Abt. Koblenz) der Politikwissenschaft, Rechtswissenschaft, Soziologie und Pädagogik, Magister Artium (M.A.) an der Johannes-Gutenberg-Universität in Mainz 1977; dort auch Promotion zum Dr. phil. 1979; Habilitation (1984) an der Universität Koblenz-Landau, Abt. Koblenz über „Symbolische Politik“; Akad. Oberrat und Privatdozent; 1988–1995 Prof. für Politikwissenschaft an der Universität Kiel und an der Pädagogischen Hochschule Kiel; 1995–2013 o. Prof. für Politikwissenschaft an der Universität Koblenz-Landau und Abt. Landau; 2002 Gastprofessor an der Universität Zürich; 1998–2013 Leiter des Frank-Loeb-Instituts; 2009–2013 Vizepräsident der Universität Koblenz-Landau. – Forschungs- und Arbeitsschwerpunkte: Politisches System Deutschlands, Politikvermittlung und politische Kommunikation, Parteien und politische Kultur, Landespolitik, Verfassungs- und Demokratietheorie.

Ingo Schneider, Univ.-Prof. Dr. phil. habil.; arbeitet am Institut für Geschichtswissenschaften und Europäische Ethnologie an der Leopold-Franzens-Universität Innsbruck. Seine Forschungsschwerpunkte: Erzählforschung, Kulturtheorie, Theorie des Kulturellen Erbes, Regionale Kulturanalyse.

Michael Tschuggnall, MSc PhD, ist wissenschaftlicher Mitarbeiter der Gruppe Datenbanken und Informationssysteme am Institut für Informatik der Universität Innsbruck. Seine Forschung beschäftigt sich großteils mit der Analyse von Texten, darunter Plagiats- und Autorenerkennung, Autoreneigenschaftsextraktion sowie automatischer Segmentierung.

Mit der Verbreitung digitaler Informations- und Kommunikationstechnologien sind neue, plurale Möglichkeiten der massenhaften Verbreitung von verbalen, textuellen und/oder visuellen Botschaften entstanden. Rezipient_innen sind gefordert, in der Auseinandersetzung mit unterschiedlichen Informationsquellen (z.B. Bloggerszene, Twitter, etablierte Medieninstitutionen) und mit deren Fülle an unterschiedlichen Aussagen, Informationen und Darstellungen eine Position zu finden. Daraus ergibt sich oftmals ein Spannungsfeld zwischen Chance und Überforderung. Auch die Informationsvermittler wissen um die Möglichkeit, „per Maus-Click“ große Populationen in sehr kurzer Zeit zu erreichen. Social-Media-Plattformen ermöglichen Kampagnen aller Art. Verschiedenste Auffassungen und Meinungen von unzähligen Gruppierungen können ohne großen Aufwand öffentlich vertreten und verbreitet werden. Neben neuen Thematiken wie der Rolle von Authentizität und den Dimensionen „Infotainment“ und „Edutainment“ stellen sich Fragen nach den Grenzen dieser Situation der neuen Meinungsvielfalt, nach verlässlichen Quellen und nach Kriterien für qualitätsvollen Journalismus. Die Beiträge des vorliegenden Bandes geben Einblicke in die Beziehung von Medien und Glaubwürdigkeit im Zeitalter von Fake News und Informationsflut und bieten Hinweise an, wie die Herausbildung einer mündigen Online-Öffentlichkeit von den Medien unterstützt werden kann.

