

Thomas Hecken

Presstexte und Tweets

2017

<https://doi.org/10.25969/mediarep/1818>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Hecken, Thomas: Presstexte und Tweets. In: *POP. Kultur und Kritik*, Jg. 6 (2017), Nr. 1, S. 66–73. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/1818>.

Erstmalig hier erschienen / Initial publication here:

<https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:hbz:6:3-pop-2017-21074>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

PRESSE TEXTE UND TWEETS

Thomas Hecken



66 **I**n immer neuen Anläufen wird die Fähigkeit der Presse, die Wirklichkeit richtig wiederzugeben, behauptet oder bestritten. Trotz aller Zweifel und Selbstzweifel bleibt die tatsächengetreue Darstellung eines der wichtigsten Ideale der Redaktionen und Verlage. Meist nimmt es den gleichen Rang ein wie der Auftrag, sich für Demokratie und Menschlichkeit einzusetzen. Dass Wahrheit und humane Demokratie bestens zusammengehen, steht nicht in Frage, im Namen der Menschlichkeit tritt kein hochrangiger Journalist oder Verlagsinhaber für die Lüge, das Zwielfichtige oder die Täuschung ein.

Befragt wird aber immer wieder die Kompetenz und die Methode, zur Wahrheit, zur Wirklichkeit zu gelangen. Nicht wenige Journalisten räumen bereitwillig ein, >Subjektivität< sei nicht zu vermeiden, Beobachtungen blieben notwendig simplifizierend, interessengeleitet und standortgebunden. Die bekannten Schwierigkeiten von Ohren- und Augenzeugen, sich an Handlungen und Orte übereinstimmend zu erinnern, bekommen manchmal eine philosophische Weihe, indem auf die Relativität der Wirklichkeitsauffassungen verwiesen wird. Aus einem Problem wird so ein unlösbarer Zustand.

Diese hinreichend bekannten Debatten übersehen allerdings, dass die Presse in vielen ihrer Artikel auf perfekte Weise Wirklichkeit erfasst. Beim Zitieren von Texten wird ein Höchstmaß an Tatsächlichkeit erreicht. Die >Sache< sind hier Worte, die >Tat< das Schreiben. Eine Zwischenstufe stellt die Aufzeichnung des gesprochenen Wortes dar. Hier werden Grammatikfehler, Ähs und Ellipsen routinemäßig bei der Niederschrift weggelassen, Betonungen bleiben

oftmals unerwähnt; bei Äußerungen in fremder Sprache erfährt man zumeist nicht das originale Wort, sondern umstandslos die Übersetzung. So heißt es etwa in einer dpa-Meldung: »Der künftige US-Präsident Donald Trump hat empört Berichte zurückgewiesen, Russland habe ihn mit belastendem Material in der Hand. Die Medienberichte darüber seien »Unsinn«, sagte Trump bei seiner mit Spannung erwarteten ersten Pressekonferenz nach der Wahl am 8. November.« Von der Pressekonferenz bleibt zum genannten Thema in dieser dpa-Meldung als Veröffentlichung auf faz.net (11.1.2017) nur ein übersetztes Wort übrig: »Unsinn«.

Eine Auswahl findet zwar auch fast immer statt, wenn Presseorgane nicht aus Reden und Gesprächen, sondern aus Texten zitieren, im Unterschied zur Redewiedergabe entfällt aber immerhin die Anforderung, aus Lauten Druckbuchstaben machen zu müssen. Gedruckt liegt jetzt schon das Ausgangsdokument vor. Verfasst wurde es im Regelfall von Pressestellen, die sich im Interesse ihrer Auftraggeber zuvor Gedanken gemacht haben, wie die Ansichten und Verlautbarungen ihrer Vorgesetzten bzw. anderer Abteilungen und Dienststellen oder ihrer Kunden am besten zu formulieren sind. Donald Trumps Pressestelle gab z.B. am 6.1.2017 nach einem Treffen des President-elect mit den US-amerikanischen Geheimdiensten ein Statement im Umfang von ungefähr einer Seite heraus, u.a. mit der Aussage Trumps: »While Russia, China, other countries, outside groups and people are consistently trying to break through the cyber infrastructure of our governmental institutions, businesses and organizations including the Democrat National Committee, there was absolutely no effect on the outcome of the election including the fact that there was no tampering whatsoever with voting machines. There were attempts to hack the Republican National Committee, but the RNC had strong hacking defenses and the hackers were unsuccessful.«

Die Geheimdienste stellten ihre Schlussfolgerungen in Form eines öffentlich zugänglichen, amtlichen Dokuments im Umfang von gut zehn Seiten am selben Tag ins Netz: »We assess with high confidence that Russian President Vladimir Putin ordered an influence campaign in 2016 aimed at the US presidential election, the consistent goals of which were to undermine public faith in the US democratic process, denigrate Secretary Clinton, and harm her electability and potential presidency.« Zum Erfolg dieser Bemühungen äußern sie sich lediglich indirekt, indem sie versuchsweise die Perspektive ihrer Kollegen bzw. Kontrahenten von russischer Seite einnehmen: »We assess the Russian intelligence services would have seen their election influence campaign as at least a qualified success because of their perceived ability to impact public discussion.«

In der dpa-Meldung dazu (erneut von faz.net veröffentlicht, 8.1.2017) steht u.a.: »Die Geheimdienste CIA, FBI und NSA machten am Freitag nach der Unterrichtung Trumps Teile ihrer Erkenntnisse auch publik. In ihrem Bericht

heißt es, Ziel der von Putin angeordneten Kampagne sei es gewesen, die demokratische Kandidatin Hillary Clinton zu diskreditieren.« Und zur Einschätzung des kommenden Präsidenten: »Trump betonte aber, er glaube nicht, dass Hackerangriffe die Wahl beeinflusst hätten. Die Geheimdienste selber hätten erklärt, dass es absolut keine Beweise dafür gebe. Erneut beschuldigte Trump die Demokraten, die Hackervorwürfe hochzuspielen, um ihre >demütigende< Wahlniederlage zu beschönigen.« Woher dieses Wort (>demütigend<) stammt, wird nicht gesagt.

In einem Bericht, der sich auf dpa stützt, aber nun von einem faz.net-Autor stammt, gibt es folgende Variante: »Der designierte amerikanische Präsident Donald Trump ist nach wie vor davon überzeugt, dass die Hackerangriffe während des Wahlkampfes keine Auswirkungen auf das Ergebnis der Abstimmung hatten. Das erklärte der Republikaner am Freitag, nachdem er mit dem nationalen Geheimdienstdirektor James Clapper, CIA-Direktor John Brennan und FBI-Chef James Comey gesprochen hatte. Trump ließ offen, ob er die Einschätzung der Dienste teilt, dass die russische Regierung hinter den Angriffen stehe.« Hinzu kommt noch eine Aussage Trumps aus einem Gespräch mit der »New York Times«, das von faz.net unter Angabe der Quelle zitiert wird: »Trump erklärte, die Demokraten führten die Debatte über die Angriffe, um von ihrer Niederlage abzulenken. >Sie wurden bei der Wahl klar besiegt. Ich habe mehr Bezirke gewonnen als Ronald Reagan<, sagte er. >Das ist ihnen sehr peinlich. Zu einem gewissen Grad ist es eine Hexenjagd. Sie fokussieren sich da drauf.«

68

In all diesen unterschiedlichen Fällen kann man eine der grundlegenden Tätigkeiten des Journalismus studieren: das Abschreiben oder (falls das Ausgangsdokument es erlaubt) >copy and paste<. Diese Basistechnik erzielt maximalen Realitätsgehalt. Wirklich ist der Ausgangstext (sofern er nicht vom Journalisten erfunden wurde), genauso wirklich ist das Zitat aus ihm. Wenn es mit dem zitierten Text oder Textausschnitt übereinstimmt, gibt das Zitat die Wirklichkeit des zitierten Textes weitgehend wieder, egal ob dieser Text nun den Status der Fiktion oder der Lüge besitzt; bloß das Layout sorgt regelmäßig für einen grafischen Unterschied.

Wird in Form direkter Rede korrekt zitiert, besteht vollkommene Identität zwischen den Worten. Durch die Benutzung indirekter Rede nimmt die Übereinstimmung bereits grundsätzlich ab. Bei >freien<, mit anderen Worten operierenden Zusammenfassungen kann sie noch weiter zurückgehen, selbst wenn es das ausdrückliche Ziel des Berichterstatters gewesen sein sollte, Synonyme zu gebrauchen oder das Wesentliche zu treffen.

Zur Basistechnik zählt das Abschreiben nicht nur, weil mit ihm das Ideal objektiver Wirklichkeitswiedergabe erfüllt wird. Zu den wichtigsten journalistischen Tätigkeiten zählt es auch, weil es oftmals schneller geht, etwas abzuschreiben, als selber etwas zu verfassen. Etwas abzuschreiben geht vor allem

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemerausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.

viel schneller, als selbst zu recherchieren. Das ist nicht bloß eine Frage des eigenen Willens oder der eigenen (begrenzten) Zeit, sondern findet einen wichtigen Grund im Verbot, anderen Personen Aussagen abzuwingen. Wenn Menschen einem Reporter keine Auskunft erteilen wollen, müssen sie dies nicht tun, es sei denn, sie gehören als Amtsinhaber oder Rollenträger einer Abteilung oder Firma an, die rechtlich gegenüber Bürgern oder Aktionären dazu verpflichtet ist.

Auch in den bestehenden Demokratien könnten sich Parlamentarier und die Angehörigen der Exekutive der Presse gegenüber in den allermeisten Fällen strikt verweigern. Regierungschefs und Minister großer Ressorts wählen schon allein aus Zeitgründen aus der Fülle an Anfragen nur jene Presseorgane aus, die ihnen als wichtig erscheinen. Werden Pressekonferenzen organisiert, gibt es neben Zeit- mitunter auch Zulassungsbeschränkungen, es muss entschieden werden, wer die ersten Fragen äußern darf.

Eine rechtliche Norm, die Politiker und Exekutivspitzen zum Gespräch mit Journalisten verpflichtet, existiert (noch) nicht, es gibt lediglich moralisch-politische Selbstverpflichtungen, Routinen oder Eigeninteressen, die den Anschein einer weitgehend ungehinderten Öffentlichkeit entstehen lassen können. Für die meisten Journalisten bedeutet dies: Einen direkten, gar ausgedehnten

Kontakt zu einflussreichen Personen bekommen sie nicht. Darum ist es für Journalisten zeitsparend und nützlich, aus vorliegenden Papieren Worte und Sätze zu übernehmen. Für Firmen, Parteien und andere Organisationen wiederum lohnt es, solche Papiere zu produzieren, um ihre Sicht der Dinge deutlich zu machen.

Papiere, die überwiegend für Journalisten hergestellt werden, gibt es daher mehr als genug, mit ihnen ließen sich jeden Tag nicht nur Zeitungen, sondern vielbändige Enzyklopädien füllen. Mächtige Institutionen erkennt man auch daran, dass aus den Texten, die ihre Stellen verfassen oder herausgeben, in vielen Presseorganen häufig an wichtiger Stelle zitiert wird. Deshalb stellt es grundsätzlich überhaupt keine Neuerung dar, dass Donald Trump seine Meinungen und Tatsachenfeststellungen auch in Textform präsentiert. Tweets sind bloß kürzer als Texte, die Politiker und Exekutivspitzen sonst über ihre Pressestellen verteilen lassen.

Ein radikaler Einschnitt wäre das nur, wenn Trump vollständig auf die direkte Kommunikation mit Pressejournalisten verzichtete. Aus seiner Sicht gibt es dafür hinreichend Gründe, schließlich haben sich fast alle US-amerikanischen Zeitungen vor der Wahl für Hillary Clinton ausgesprochen, er weiß also sicher, dass er es beinahe ausnahmslos mit Angestellten von Organen zu tun hat, die ihn ausdrücklich abgelehnt haben. Gegen deren offene Erklärung setzt er seine offene Abneigung und freut sich ausdrücklich, wenn er meint, bei manchen von ihnen geschäftlichen Misserfolg vermelden zu können.

Wie seine Gegner (die suggerieren, die Wahl sei wegen ›fake news‹ verloren gegangen) setzt er aber noch vehementer auf den Vorwurf der Unwahrhaftigkeit und Falschdarstellung, als ginge es in der Politik viel stärker um verifizierte Beschreibungen als um weltanschauliche Projekte und Ziele. Selbstverständlich dient der von Trump auch nach seinem Amtsantritt beschworene »war with the media« nicht nur dazu, dass mehr Tatsachen (und seien es »alternative facts«, wie seine Beraterin Kellyanne Conway recht konstruktivistisch vorschlug) in die Welt bzw. die Zeitung kommen, sondern vor allem dazu, die Bedeutung der ihm gegenüber kritischen Presse zu verringern. Typischerweise führen solche metaphorischen Kampfansagen aber in Demokratien nur dazu, die Bedeutung der Angegriffenen zu stärken. Ob Trump einen Versuch wagen wird, auf gesetzgeberischem Weg die Pressefreiheit zu beschränken, ist angesichts der US-amerikanischen Tradition fast ausgeschlossen – zumindest würde ein solcher Versuch keinen juristischen Bestand haben. Darum wird es höchstwahrscheinlich bei weiteren verbalen Angriffen bleiben.

Der erklärte Krieg hindert Trump bislang aber keineswegs daran, mit den attackierten Zeitungen zu sprechen. Wie bereits erwähnt, ließ er sich u.a. im Januar von der von ihm gemeinhin mit starker Missachtung bedachten »New York Times« befragen. Trotz des Wahlspruchs »America first« gab er auch ausländischen Zeitungen Interviews, Mitte Januar etwa der »Times« mit

der vielzitierten, undiplomatischen, oft auch von Marxisten zu hörenden Aussage: »You look at the European Union and it's Germany. Basically a vehicle for Germany.« Im Wahlkampf ließ Trump ohnehin kaum eine Gelegenheit aus, in TV-Sendungen (meist telefonisch) mit Moderatoren (die wahrscheinlich auch als Journalisten gelten) zu sprechen.

So gesehen ist es auch nicht ungewöhnlich, dass er viele seiner Tweets selbst schreibt und dies nicht unter seinem Namen von der Pressestelle übernommen wird; ein Interview darf auch nicht der Pressesprecher im Namen des Befragten geben. Selbst die von anderen immer wieder beklagte Impulsivität mancher Twitter-Nachrichten Trumps ist insgesamt betrachtet nicht bemerkenswert, schließlich muss die Reaktion im Gespräch, gerade bei Pressekonferenzen mit Journalisten, noch viel rascher erfolgen, jedes Abwarten und Stocken wird hier als Schwäche und Versagen hingestellt. Für viele ehrgeizige Journalisten ist es eines der höchsten Ziele, in solchen Momenten Politiker zu impulsiven, ungeschützten Äußerungen zu bringen. Trump liefert ihnen das freiwillig als geschriebenen Text.

72

Es bleibt demnach als grundsätzlicher Unterschied, dass Trump bei der Verbreitung seiner Texte nicht zentral auf die Vermittlung durch auflagenstarke Zeitungen und Zeitschriften setzt, sondern dafür ein anderes Medium nutzt. Die Vorteile, den dieses Verfahren für den Autor besitzt, liegen auf der Hand: Erstens können die Parteigänger Trumps den Eindruck gewinnen, sie würden direkt von ihrem Idol angesprochen und es sei ein Austausch mit ihm möglich. Zweitens kommt der Text ohne die Paraphrasen und Kotexte der Journalisten zum Leser.

In einer Hinsicht wird der Vorteil jedoch wieder zunichte gemacht: Die Tweets sind genauso kurz wie die ein oder zwei Merksätze, die in den (längeren) journalistischen Berichten immer zitiert werden. Beispiel Twitter, realdonaldtrump, 7.1.2016: »Only reason the hacking of the poorly defended DNC is discussed is that the loss by the Dems was so big that they are totally embarrassed!« Allerdings haben die knappen Meinungen für den Twitterer wiederum den Vorteil, von anderen nicht mehr stark gekürzt und aus dem Zusammenhang genommen werden zu können. Für Politiker, die sich als »Medienprofis« verstehen und darum bemüht sind, in Schlagworten und einprägsamen Statements zu sprechen, ist Kürze deshalb kein Nachteil, für Trump gilt das in besonderem Maße. An der Meldung der »Demütigung« (»totally embarrassed«) führt (wie gesehen) in der journalistischen Berichterstattung jedenfalls kein Weg vorbei, dafür reicht der Platz.

Der grundsätzliche Vorteil der Unabhängigkeit von Verbreitungsmedien, die man inhaltlich selbst nicht kontrollieren kann, ist für Politiker wenig wert, wenn er folgenlos bleibt. Der wahre Erfolg muss erst errungen werden. Bekanntermaßen ist Twitter bloß potentiell ein Massenmedium, die meisten Nutzer, die sich der kostenlosen Technologie bedienen, besitzen ein paar dutzend

oder hundert Leser. Trump jedoch erreicht eine große Zahl: Ende Januar 2017 zählt realdonaldtrump ca. 24 Millionen Follower. Wie mittlerweile üblich dürften Millionen davon keine Menschen, sondern Bots sein; auch befinden sich unter den Followern sicherlich Leute, die nicht zu seinen Anhängern zählen (Journalisten, politische Gegner etc.), natürlich lesen viele Follower die täglich notierten Tweets nicht jedes Mal, es bleibt aber dennoch eine ordentliche Zahl. Zum Vergleich: Der Twitter-Account »POTUS« – President of the United States –, den Trump nun an Stelle von Obama weiterführt (u.a. mit denselben Tweets wie auf realdonaldtrump) besitzt 15 Millionen Follower. Miley Cyrus verfügt über 31, Barack Obama über 84 Millionen Follower, obwohl auf seiner Seite kaum etwas steht, das Nachrichtenwert besitzt.

So eindrucksvoll Trumps Twitter-Popularität gemessen an der Zahl der Follower und Retweets auch sein mag, es bleibt darum der Schluss: Selbst bei vielen Millionen Lesern pro Tag benötigt man noch die traditionellen Organe und Multiplikatoren, um ganz große Publizität zu erringen. Da konnte sich Trump, bereits bevor er zum amerikanischen Präsidenten gewählt wurde, auf die Presse verlassen. Seine Tweets muss man als Journalist nicht einmal mehr zusammenfassen, aufpolieren oder pointieren, damit sie in Druck gehen können. Das bedeutet Wirklichkeitsnähe, Zeitersparnis, Hoffnung auf Aufmerksamkeit und Verlust der Exklusivität zugleich. ♦

Die Zeitschrift »Pop. Kultur und Kritik« analysiert und kommentiert die wichtigsten Tendenzen der aktuellen Popkultur in den Bereichen von Musik und Mode, Politik und Ökonomie, Internet und Fernsehen, Literatur und Kunst. Die Zeitschrift richtet sich sowohl an Wissenschaftler und Studenten als auch an Journalisten und alle Leser mit Interesse an der Pop- und Gegenwartskultur.

»Pop. Kultur und Kritik« erscheint in zwei Ausgaben pro Jahr (Frühling und Herbst) im transcript Verlag. Die Zeitschrift umfasst jeweils 180 Seiten, ca. 20 Artikel und ist reich illustriert.

»Pop. Kultur und Kritik« kann man über den Buchhandel oder auch direkt über den Verlag beziehen. Das Einzelheft kostet 16,80 Euro. Das Jahresabonnement (2 Hefte: März- und Septemberausgabe) kostet in Deutschland 30 Euro, international 40 Euro.