

Roberto Simanowski

Zur Ästhetik der Lüge: Gefälschte Websites und Hochstapler

2001-07-17

<https://doi.org/10.25969/mediarep/17460>

Veröffentlichungsversion / published version

Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Simanowski, Roberto: Zur Ästhetik der Lüge: Gefälschte Websites und Hochstapler. In: *Dichtung Digital. Journal für Kunst und Kultur digitaler Medien*. Nr. 18, Jg. 3 (2001-07-17), Nr. 4, S. 1–16. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/17460>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0/ Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0/ License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

Zur Ästhetik der Lüge: Gefälschte Websites und Hochstapler

Von Roberto Simanowski

Nr. 18 – 17.07.2001

Abstract

Während im Literaturbetrieb das Ende der genauso apolitischen wie selbstinszenatorischen Popkultur ausgerufen wird, gibt es im Internet einen Polit-Pop, der mit bösen Mitteln gute Werke tut. Da werden Websites gefälscht, da werden Falschmeldungen in Umlauf gebracht, da geben sich Künstler als Politiker aus. Aber die Inszenierung ist nicht Selbstzweck. Die Hochstapelei erfolgt im Dienste der Aufklärung und dient der Vermittlung von Medienkompetenz. Es geht um die Erziehung zum Misstrauen. Die Reservierung der richtigen Domain ist oft der Anfang.

Das Geschäft mit Tippfehlern und die Streiche der Politik

Während in der Sprachwissenschaft als kleinstes bedeutungsdifferenzierendes Zeichen das Phonem gilt, ist dies im Internet eher das s oder der Bindestrich. Denn das Plural-S und der Binde-Strich haben völlig gegensätzliche Aussagen zur Folge, und zwar dann, wenn sie im URL stehen, der Adresse, die man in den Browser eingibt, um zu einer bestimmten Website zu kommen. Oft sind die Ergebnisse gar nicht so gegensätzlich, wie im Falle www.auto.de und www.autos.de, oft aber doch, wie bei www.car.com und www.cars.com, wo ersteres zu Carter Wallace, Inc. führt, dem Vertreiber von Zahnpoliercreme und Amerikas Kondom Nr.1, und erst letztere zu dem, was man schon unter jener Adresse erwartete. Unter www.lifestyle.de stößt man wie erwartet auf eine Beauty-Homepage mit Fitness-, Styling-, Stil-, Typ- usw. -beratung. Probiert man hier den Plural, sieht man, dass der Domainname vergeben ist, die Website (im Mai 2001) aber noch nicht aufgebaut wurde. Man fragt sich, wer da in der Nähe des Beauty-Shops wohnen will. Dass es sich um eine gute Wohnlage handelt, steht außer Frage.

Die inhaltliche Nachbarschaft ist freilich mitunter recht lose, wie die Kommunikation und Webdesign GmbH & Co KG zeigt, die sich unter www.life-style.de angesiedelt hat, und wie noch viel mehr Udo Weißenfels belegt, der unter www.livestyle.de Vertriebspartner für ein Lotto-System sucht. In diesem Falle ist www.livestyle.de übrigens nur eine Fängerseite für Besucher mit schlechtem Englisch, der Klick führt dann zur Site www.lottoteam.com, wo von Lifestyle, ob mit v oder f, nicht mehr die Rede ist. Andere bauen weniger auf mangelnde Rechtschreibkenntnisse als auf Tippfehler, womit die Nachbarschaft eine der Buchstaben auf dem Keyboard ist. Vertippen Sie sich zur Probe mal bei www.microsoft.com und achten Sie darauf, dass microdoft wieder so eine Fängersite darstellt und dass microsodt for Sale ist. Ohne Frage, gern siedelt man sich in der Nähe viel besuchter Websites an, die Hauptstraßenlage zahlt sich auch im Netz aus: das Geschäft mit dem Tippfehler.

Dass der Tippfehler auch geschäftsschädigend sein kann, zeigte sich, als der amerikanische Spielzeugkonzern www.etoys.com vor Gericht die Schließung der viel früher angemeldeten Domain der Schweizer Künstlergruppe www.etoym.com beantragte, weil dort martialisch anmutende Männer Sprüche und Bilder präsentierten, die jeden Spielzeug-Kunden so verschrecken mussten, dass er nie wieder auch nur in die Nähe dieser Domain gehen würde. Etoys setzte die Schließung der geschäftsschädigenden Domain bekanntlich durch und ging - denn die Rache der Netzgemeinde war bitter - daran schließlich zugrunde. Wer diese moderne David-Goliath-Geschichte noch nicht kennt, erfährt sie von Armin Medosch auf [Telepolis](#)).

Geschäftsschädigend ist es übrigens auch, wenn man nur mal so mit Webadressen hantiert, weil das Medium gerade In ist. So geschehen im Sommer 2000, als C&A auf Kinder-T-Shirts einen URL drucken ließ, um cool zu wirken und seinen minderjährigen Käufern etwas davon abzugeben. Die zeigten sich allerdings informierter als der Bekleidungskonzern und wussten im Gegensatz zu dessen PR-Manager, dass man sowas im Web auch tatsächlich aufsuchen kann. Sie stießen auf eine Schwulen-Hardcore-Site. Es folgten: Entrüstungen, Entschuldigungen, schlechte Presse und Rückrufaktionen. Abgesehen davon, dass sich C&A nun plötzlich zu den ungewohnten Sexualpraktiken einer Randgruppe verhalten musste, war es freilich peinlich, auf den Hype der neuen Medien zu setzten und dann preiszugeben, wie wenig diese einen interessierten. Welch eine Heuchelei! ([mehr Informationen](#) dazu)

Aber solche Vorfälle sind nur bodenlose Dummheit und die Tippfehlergeschichten sind, abgesehen vom Etoy-War, nur Schummelei. Die Lüge sieht anders aus. Die Lüge, um die es hier geht, benutzt einen ähnlichen URL nicht, um dahinter einen ganz anderen Inhalt anzubieten, sondern um den gleichen Inhalt anzubieten, genauer: um so zu tun, als wäre dies der Fall. Man macht für jemand anderen die Website, um diesem zu schaden. Einige Aufmerksamkeit und Gelächter erregte der "virtuelle Maibaumklau" in Oberbayern, als die SPD des Alpendorfes Lenggries sich die

Domain www.csu-lenggries.de aneignete und als, im Retourverfahren, die Programmierer der CSU unter der noch freien Domain www.spd-pasing.de schrieben: "Willkommen bei der SPD Pasing. Wir sind in festem Tiefschlaf. Nichts geht voran. Wie in Pasing". (vgl. den Sternnewsletter vom 27.4.01) Aber auch das sind nur Spielereien, die, als habe man Angst vor der eigenen Courage, den Schwindel durch Übertreibung selbst aufdecken und letztlich alles nur als Spaß verstanden wissen wollen. Fälscht jemand die Website des Bundesministeriums des Innern, ist das schon anderen Kalibers.

Website-Fälschung als Kunst

Genau dies geschah im April, als man unter www.bmdi.de erfuhr, dass das Bundesministerium das Nazi-Line-Projekt des Berliner Aktionskünstlers Christoph Schlingensief unterstüzte, der in Zürich mit Neonazis den "Hamlet" inszenieren und so gewissermaßen Resozialisierung mit den Mitteln des Theaters durchführen will. Die Site zum Projekt heisst www.naziline.com, dort stand die Meldung zuerst und von dort führte der Link zu www.bmdi.de, wo sie bestätigt wurde. Die Meldung schließt natürlich an die in den vorangegangenen Monaten bundesweit diskutierten Resozialisierungsmaßnahmen für Aussteiger aus der rechten Szene an und klingt insofern durchaus plausibel. Falsch ist sie trotzdem, denn die richtige Website des Bundesministeriums befindet sich unter www.bmi.bund.de. Die Wiener Künstlergruppe ubermorgen hatte die eigenwillige Adressierung des Bundesministeriums ausgenutzt und unter dem viel plausibler klingenden URL bmdi getreu kopiert, mit Ausnahme freilich des genannten Zusatzes.

Hinter ubermorgen, das sei der wichtigen Zusammenhänge wegen gleich erwähnt, stehen Hans Bernhard und Maria Haas, die zusammen mit Schlingensief naziline.com betreiben. Insofern steht die Aktion natürlich auch im Verdacht der Selbstvermarktung Schlingensiefs im Vorfeld der Hamlet-Premiere am 10. Mai und insofern bleibt ungewiss, wieviel ehrliches Thematisieren darin steckt, dem Bundesministerium des Innern etwas zu unterstellen, was, wenn es auch nicht wahr ist, doch zumindest ernsthaft diskutiert werden könnte, nach dem Motto: Warum eigentlich unterstützt das Bundesministerium Naziline nicht wirklich? Aber wer sich über diese unverfrorrene Selbstvermarktung wundert, hat den Aktionskünstler Schlingensief wohl noch nie in Aktion erlebt und überhaupt die aktuellen Tendenzen des Kulturbetriebs verschlafen. Der wird dann an dieser Stelle auch mit Genugtuung lesen, dass das Bundesministerium sich den Spaß verboten und die Gruppe ubermorgen mit Nachdruck und Erfolg auf die Rechtslage aufmerksam gemacht hat.

Die hochstaplerische Website www.bmdi.de ist vom Netz, wobei der Sieg des mächtigen Ministerium nicht verhindern konnte, dass die lügenden Künstler sich mit einer Lüge verabschieden: "Bund mittelständischer deutsche Industrie. bmdi.de" liest man auf www.bmdi.de jetzt und: "Unser Angebot steht in Kürze wieder komplett zur Verfügung. Wenn Sie unsere alte Site suchen, klicken Sie bitte hier" - und "hier" führt dann zur richtigen Site nicht etwa des Bundes mittelständischer deutscher Industrie, sondern des Bundesministeriums des Innern. Screenshot sei Dank ist der Fake festgehalten und belegt, und so hat Ernst Corinth in seinem Telepolis-Beitrag vom 19.4.2001 gezeigt, wie die Seite aussah, ehe die Staatsräson zugriff - wenn, ja wenn der Screenshot kein Fake ist, denn so eine Website kann sich schließlich jeder nachbauen und dann fotografieren.



Dass im Telepolis-Forum zu Corinths Beitrag auch ein Herr Schily auftritt und sich den Vergleich seiner Person mit Stalin verbietet, wird kaum mehr verwundern; wie es auch nicht sehr beeindruckt, denn was ist im Netz schon die Fälschung eines Absenders gegen die Fälschung einer Adresse.

☒ Auch das noch

Ernst Corinrh

① **Schily und Stalin!**

**DREIMAL KOTZ* 18.4.2001*

> ...psychologischer und medizinischer Therapien <

In der alten Sowjet-Union wurden Regimekritiker auch psychiatrisch behandelt.

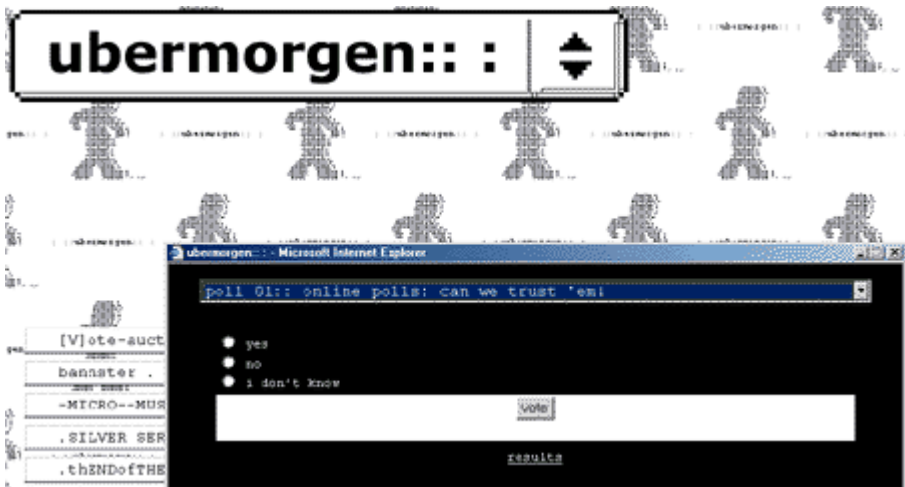
add message

← previous next → ↑ up

☒ Ich verbitte mir solche Vergleiche! [ohne Text] by Otto Schily, 19.4.2001

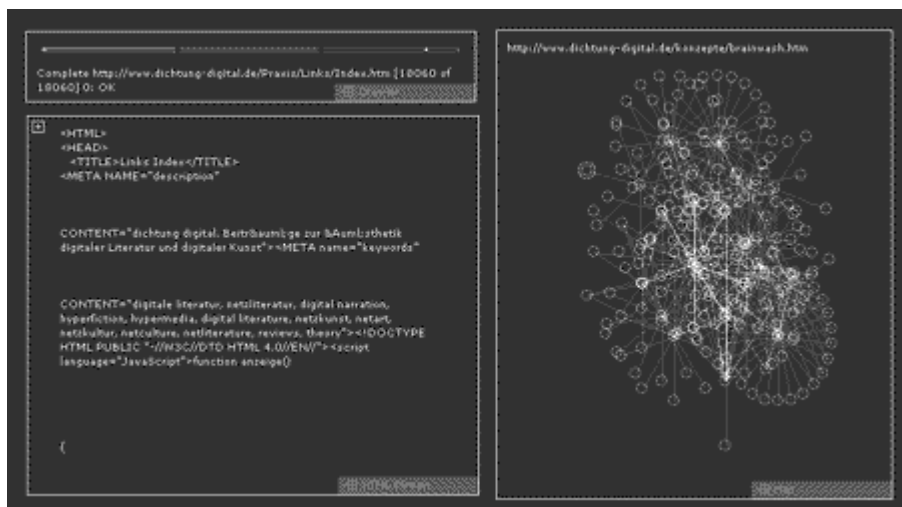
Wieso ??? Zu dicht an der Wahrheit??? [ohne Text] by Khamul, 19.4.2001

Aber zurück zum 'anderen Kaliber' dieses Schwindels. Die von *ubermorgen* unternommene Aktion wiegt doppelt schwerer als die Plänkeleien in Oberbayern: Sie wagt sich an ein mächtiges Gegenüber und sie tut dies mit einem reflektierten künstlerischen Konzept als Manifest und Rückendeckung. Dies bemerkt man bereits auf der Splashpage von www.ubermorgen.com, die den Besucher in einem JavaWindow und der Frage "online polls: can we trust 'em!" empfängt. Die Frage ist mit ihrem 'em' statt them salopp formuliert, endet mit einem Ausrufezeichen und ist natürlich auch insofern paradox, als sie selbst ein online poll darstellt, denn der Besucher soll nun entweder *yes*, *no* oder *i don't know* markieren, woraufhin ihm das Ergebnis angezeigt wird, das die eigene Stimme schon mitzählt. Wer es prüft, wird sehen, dass das Programm zuverlässig arbeitet, denn auch die nächste Stimme wird genau in der Rubrik hinzugefügt, für die man votierte. Insofern scheint man online polls also durchaus glauben dürfen, wenn da nicht der Umstand wäre, dass man soeben zwei Stimmen abgegeben hat und sich nun fragen muss, wie repräsentativ dann die anderen Stimmen und all die Stimmen all der anderen Online-Umfragen sind. Das ist Learning by doing in bester aufklärerischer Tradition - eine CGI-Spielerei, die zugleich das eigene Medium kritisch reflektiert.

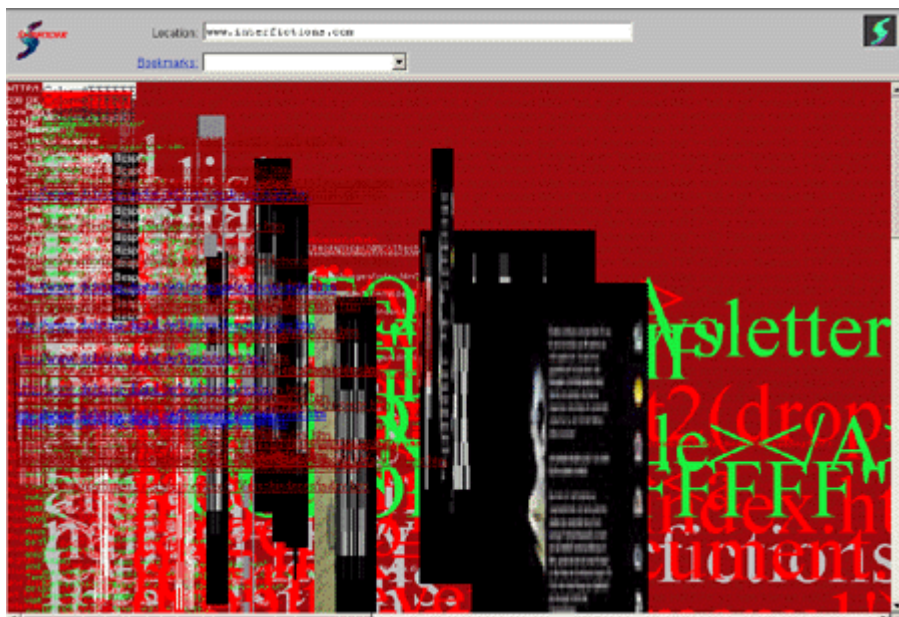


Webpräsentation als Verzerrung und Dekonstruktion

Diese Reflektion auf Präsentationsvoraussetzung und Repräsentationsfähigkeit hat in der Netzkunst inzwischen eine lange Tradition. Berühmt etwa ist die sogenannte Browserkunst, die sich als Gegenspieler zu den Standardbrowsern Netscape Navigator und Internet Explorer versteht und in der einen oder anderen Form auf das aufmerksam machen, was jene unter der Oberfläche versteckt halten. So legt der Web Stalker von I/O/D den HTML-Code offen, stellt das Herunterladen der Daten dar und zeigt in einer Grafik die Linkstruktur der besuchten Website. Für diese Dekonstruktion des gewohnten Website-Designs und die Akzentuierung der zugrundeliegenden Daten und Verbindungen wurde der Web Stalker 1998 auf der Ars Electronica ausgezeichnet.



Ein anderer Vertreter der aufklärerischen Browser ist der Shredder, der sich im Gegensatz zum Stalker Quellcode und Oberfläche gleichermaßen in den Rachen wirft und somit seine Beute in Farbe vorzeigt.



Wie auch immer die Ergebnisse der Behandlung aussehen, jedesmal geht es um die Sensibilisierung für die zugrundeliegenden Prozesse, um die Schulung des

alternativen Blicks. Beim Discoder von *exonema*, einem weiteren Alternativ-Browser, heisst es programmatisch: "Accessing websites all over the world has become commonplace. And yet, most who browse the web only engage what is presented in the pages that they visit, not the mechanism of their realisation -- the realm of the HTML code."

Man kann sich freilich streiten, wie stimmig das zugrundeliegende Konzept ist, denn die monierte Verzerrung und Intransparenz der Präsentation liegt 1. so gar nicht vor (man kann ja immer den HTML-Code einsehen), 2. ist sie teilweise gerade den Alternativ-Browsern selbst vorzuwerfen (die ablaufenden De- und Rekonstruktionsprozesse sind beim Web Stalker, der den Blick unter seine Oberfläche verweigert, nicht nachvollziehbar), 3. besteht die angesprochene Relativität und Informationsverzerrung nur im Hinblick auf die Maschinensprache unter der Oberfläche, nicht jedoch im Hinblick auf die wirklichen Kommunikationsabsichten: Der Sender will natürlich, dass seine Website genau so erscheint, wie Netscape und Explorer sie anzeigen - deswegen unternimmt jeder gute Sreendesigner einen Double Check in beiden Browsern. Sender und Empfänger berufen sich auf bestimmte Vereinbarungen der digitalen Kommunikation und sind zumeist gerade nicht am Mechanismus ihrer Realisation interessiert. Denn inwiefern bringt die Zeichenfolge <x.gif> schon näher an die Wahrheit als die Ausführung von x.gif!

Viel einleuchtender ist das weniger auf die Maschinensprache als gegen die großen Corporates abonnierte Argument des des israelischen Künstlers Yarif Alterfin vom holländischen Medienzentrums De Waag: "Ich will nicht, daß der User alles, was es im Netz gibt, mit den Augen eines amerikanischen Software-Unternehmens ansehen muß." (Zitiert nach: Tilman Baumgärtel, *Browserkunst statt Browserkrieg*, in: netz.kunst, Verlag für moderne Kunst Nürnberg - Jahrbuch '98/'99, S. 88). Damit wird das Dilemma angesprochen, in dem sich die Künstler der neuen Medien prinzipiell befinden: Zum einen wünscht man sich im Sinne der universellen Kommunizierbarkeit die Standardisierung der Präsentationsprogramme, zum anderen empfindet man die damit einhergehende Monopolisierung bzw. Kontrolle als Widerspruch zum alten Netz-Ideal absolut freier Kommunikation.

Aber diese Aporien der digitalen Kommunikation seien hier nicht weiter diskutiert; dazu mehr an anderer Stelle. Hier interessieren zunächst die konzeptionellen und ästhetischen Gemeinsamkeiten und Unterschiede der Aufklärungs-Browser und der gefälschten Websites. Dass von www.ubermorgen.com ein Link zu www.jodi.org führt, zeigt, in welcher Tradition der Medienkritik sich die Wiener Künstler sehen. Und doch gibt es einen entscheidenden Unterschied: Die einen decken nur die verborgene Wahrheit auf, die anderen erzählen dabei auch noch handfeste Lügen (zum Konzept der Falschmeldungen von [ubermorgen.com](http://www.ubermorgen.com) vgl. Stefan Krempels Telepolis-Beitrag vom 3.9.2000)

Den Dekonstruktions-Browsern sieht man die gestellte Aufgabe leicht an, und hat man die Idee einmal verstanden, verliert die Sache - abgesehen vielleicht von den interessanten Grafiken, die auf diese Weise entstehen - bald ihren Reiz. Es ist das Problem, das die meiste Konzept-Kunst einholt, die hier dadurch auch ein bisschen in die Ästhetik der Agitationskunst zurückfällt oder, mit Hegelscher Begrifflichkeit, in die der Allegorie, der es an Eigenleben mangelt, das über die Enttarnung hinaus von Interesse wäre. Sie ist, wie Hegel es formulierte, "frostig und kahl" (Ästhetik, 2. Teil, 3. Kapitel, B 2). Im Falle der gefälschten Website dagegen hat die Botschaft einen (narrativen) Körper: Die Dekonstruktion der großen Erzählung (nämlich auf der gefälschten Website) erfolgt selbst in Form einer Geschichte. Das, was den Fake ausmacht und, wie wir gleich sehen werden, damit auf den vorausgegangenen Fake hinweist, ist interessant an sich, denn gerade die Art, was und wie gelogen wird, soll den Lesern die Augen öffnen. Die Wahrheit liegt nicht im Ende des Geschichtenerzählens, sondern im Erzählen der Gegengeschichte. Mark Amerika erklärt das Konzept in einem Interview wie folgt:

"If, for example, Phillip Morris wants to distort the truth by creating web content that basically lies about their mission and, in so doing, falsely advertises how responsible they are as a multi-national corporation, then we can easily access that data and manipulate it to our own ends to tell a different story -- a kind of Phillip Morris remix that then gets distributed or channeled to our own elaborately networked communities -- although our version is fictional too, albeit a more robust, intellectually-provocative fiction."

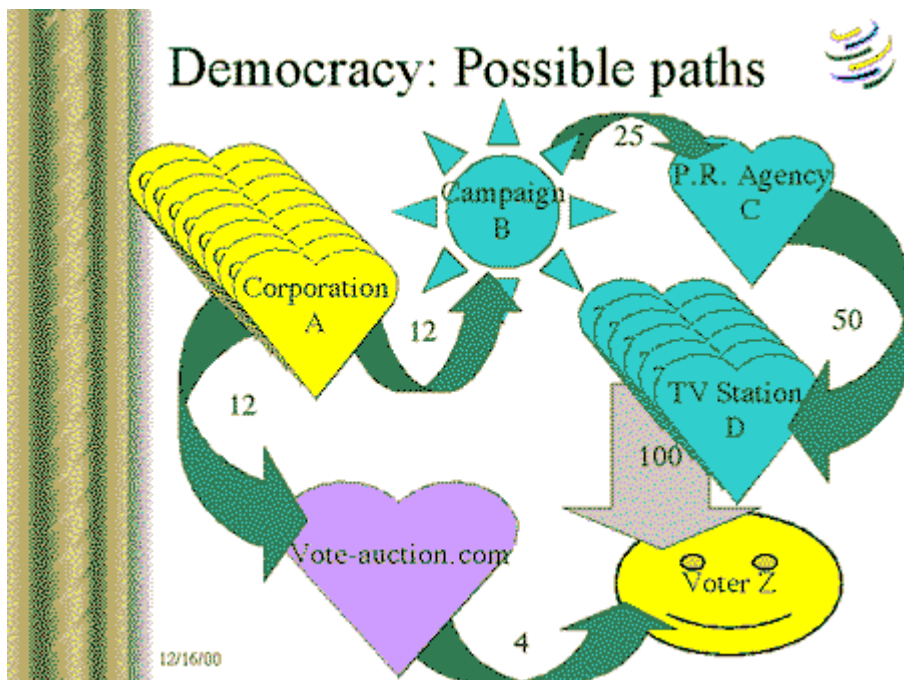
Amerika schreibt der digitalen Kunst eine "(h)activist or interventionist role in the evolution of this new medium" zu: "to blur the lines between fiction and faction, the Truth and the truth, content and advertising [...] we are essentially playing the same game that the big corpo sites are playing", und spricht an anderer Stelle auch von der Praxis des Surf-Sample-Manipulate, die "die Daten aus den Mainstream-Sites sampelt, zu denen man im Netz gesurft ist, und diese Daten in der Folge manipuliert, um übertriebene (immer das zusätzliche r) satirische Effekte zu erzielen, die darauf abzielen, unsere konventionellen Seh-/Surf-Gewohnheiten zu zerrütten." (vgl. Amerikas Telepolis-Kolumne Surf-Sample-Manipulate: Playgiarismus im Netz vom 22.7.2000) Dieses Erzählen der Geschichte(n) gegen die offizielle Verlautbarung kann man als Fortführung der Public-access television stations und der Grass-roots radio stations sehen. Aber anders als dort gibt es hier oft keine Adresse, an der man schon den Gegenort erkennt und zu der meist doch nur jene gehen, die man nicht mehr überzeugen muss. Im Netz kommt der Gegendiskurs im 'Schafspelz'.

Der gefälschte WTO-Vertreter

Eine der berühmtesten und erfolgreichsten Gegengeschichten ist die gefälschte Website der World Trade Organization. Folgendes war passiert. Die Aktionsgruppe ®TMark produzierte die Website Gatt.org. ®TMark, die übrigens auch im Etoy-War mitmischten und dem Präsidentschaftskandidaten George W. Bush zu einer zweiten, ungewollten Website verhalfen, nennt sich selbst *a brokerage*, die aber nicht auf financial, sondern cultural profit aus ist, "a brokerage that benefits from "limited liability" just like any other corporation; using this principle, ®TMark supports the sabotage (informative alteration) of corporate products". Eine dieser Informationsänderungen bestand in der gefälschten Website und den Fälschungen, die daraus folgten. Zum Beispiel die eines Spokesmans der WTO.

Denn nachdem ®TMark im März 2000 der Hochstaplergruppe The Yes Men - "a genderless, loose-knit association of some three hundred impostors worldwide" - die Kontrolle über die Website gegeben hatte, erhielt diese im Mai die Email-Anfrage des Center for International Legal Studies in Salzburg, ob Mike Moore, Direktor-General der WTO, auf einer Konferenz zur internationalen Rechtsprechung die Perspektive der WTO vorbringen würde. *The Yes Men* emailen im Namen Moores, dass dieser verhindert sei, gern aber Dr. Andreas Bichlbauer aus Wien vorbeischicken würde. Und so fuhr Mr. Bichlbauer nach Salzburg, mit zwei security assistants, die eine "security camera" bei sich trugen, deren Notwendigkeit man den Herren leicht plausibel machen konnte. (Und so liegt heute neben den vertrauten Dokumenten auch ein Video Stream vor).

Bichlbauers Vortrag, so *The Yes Men*, "described the WTO's ideas and ultimate aims in terms that were horrifyingly stark—suggesting, for example, the replacement of inefficient democratic institutions like elections with private-sector solutions like an Internet startup selling votes to the highest corporate bidder. None of the lawyers in attendance expressed dismay at Dr. Bichlbauer's proposals." Der Vorschlag des direkten Stimmenkaufs ist in der Tat starker Tobak, aber die Beschreibung des bisher üblichen über Wahlkampagnen und TV vermittelten Stimmenkaufs ist es nicht minder (zur späteren Umsetzung auch dieser Aktion in Zusammenarbeit mit Voteauction.com siehe Florian Rötzers Artikel in Telepolis vom 6.11.2000). Am schärfsten aber sind die Herzchen in der Power-Point-Grafik, mit der Bichlbauer den Vorgang erklärt. Was, um alles in der Welt, dachten die Konferenzteilnehmer, als Sie die Herzchen sahen!



der Text zur Grafik

Nun, so ganz ohne Verdacht blieb man in Salzburg nicht. Der Konferenzorganisator schrieb am nächsten Tag an 'Moore's Sekretär', dass man etwas verwirrt über Bichlbauers Rede gewesen sei, v.a. was seine Position betrifft, dass die Italiener keine Arbeitsmoral hätten, dass man die Wahlstimmen dem Meistbietenden verkaufen solle und dass es Aufgabe des WTO sei, eine one-world culture zu schaffen. Man sieht, die Nachfragen kommen an der richtigen Stelle, man könnte also beruhigt sein. Aber die Geschichte ist noch nicht zu Ende.

The Yes Man legen noch eins drauf, indem sie einen Zwischenfall erfinden, eine Attacke gegen den Vertreter der WTO: Am Rande der Veranstaltung wird ihm eine Cremetorte ins Gesicht geschlagen. Die falschen Vertreter der WTO nutzen diese Erfindung, um den Konferenzteilnehmern weitere Aussagen für die Website abzuluchsen. In der Email vom 21. November heisst es:

Dear Delegates,

Perhaps you have now heard about the unfortunate event that took place during "Provision of International Services and Sale of Goods" in Salzburg, on the morning of October 27, after Dr. Andreas Bichlbauer's lecture on behalf of the World Trade Organization.

A few hours after that lecture, someone anonymously hurled a pie in Dr. Bichlbauer's face. This would have remained merely another irritating illustration of the WTO's unpopularity in today's world of snap judgments, had Dr. Bichlbauer not contracted a rather severe infection from the pie, which was somewhat spoiled.

We are treating this matter with the utmost gravity, as you can surely understand, and so we are asking everyone who was present at the conference, whether or not you saw Dr. Bichlbauer's lecture, to provide us with the following:

1.If you attended the lecture, we would love to hear your personal reactions to it, as part of our efforts at quality control, and to avoid situations like this in the future. Was the lecture offensive in any way? What struck you the most about it?

2.If you attended the lecture, please convey your impressions of the audience's reaction to it; please be specific. (If there were any particularly strong reactions, especially from anyone you did not recognize as a delegate, please inform.)

usw. Die Beute bringt nicht viel, außer vielleicht, dass einer freiweg sagt: "The WTO rep. who spoke was the worst speaker at the seminar." Also lässt die WTO Mr. Bichlbaum sterben, an den Folgen der verdorbenen Torte:

Dear Delegates,

We apologize for interrupting your holiday season with this most unpleasant announcement.

Dr. Andreas Bichlbauer, who spoke on behalf of the WTO at the CILS conference in Salzburg on Oct. 27, and with whom many of you shared a pleasurable moment or two, has passed on. He succumbed yesterday, at 16:50 CET, to an infection thought to have been caught from the rotten pie which was hurled in his face after his Oct. 27 lecture.

We feel sure that you understand the urgency now with which we ask you all to furnish us with any and all information you may have regarding this crime, which to this day remains wholly unsolved. Our only current lead is the "voter fraud" angle. Apparently Dr. Bichlbauer said something in his talk that enraged one of the delegates, so much so that said delegate has refused to speak with us, and has accused the WTO of "encouraging voter fraud." (27. November)

Die Geschichte nimmt Züge der Trivialdramatik an und prüft deren Brauchbarkeit unter höher Gebildeten. Die - schockiert durch den unerwarteten Tod von Dr. Bichlbauer - senden entsprechende Kondolenzbekundungen und Kommentare wie:

"This is a tragic situation for all of us involved in these international trade matters. I trust that after the investigation has been carried out and the criminal caught, WTO will make the entire incident public so that the effects of this sort of outrageous behavior can be more widely known and condemned."

"Although I believe that I was sitting at the seminar group where Mr. Bichlbauer was making his presentation I did not pay attention to his speech whilst I was preparing my presentation for the afternoon session."

"Rumor had it, that the pie was thrown by the fellow who videotaped the lecture—an individual who accompanied Dr. Bichlbauer to the conference. That is only rumor, and I wish you the best of luck in your investigation."

Rechtzeitig vor dem angesetzten Beerdigungstermin wird die Lügengeschichte mit einer Aufdeckung abgeschlossen, die selbst wieder eine Lüge ist. Mr. Bichlbauer wird enttarnt, aber die Enttarnen bleiben undercover:

Dear Delegates,

... Dr. Bichlbauer ..., his "security guard," and his "cameraman" ... belong, it turns out, to an anti-trade cabal called "The Yes Men," whose interests run exactly counter to our own, and who will stoop to any level whatsoever to make points.

(The point they were attempting to make with this trickery, according to the handwritten letter which we received by this morning's post, had something to do with "corporate power" and "democracy," though the syntax and handwriting of the letter are, truth be told, too execrable to make much of. ((We will be happy to provide a copy of the letter if anyone wishes to see it.)) (30. November)

Man bietet Kopien des handschriftlichen Briefes an - als wäre damit irgendwas bewiesen! Und damit endet dann die Story. Der geehrte Leser aber steht nun der Frage gegenüber, was an alledem eigentlich der Wahrheit entspricht. Ist es möglich, dass die Herren in Salzburg diesen Schmarren geglaubt haben? Die Herzen? Und das Bild vom schlafenden Italiener als Faulheitsbeweis? Ist es möglich, dass jemand zugibt, der ganzen Rede nicht zugehört zu haben, weil er die eigene noch vorbereiten musste? Oder sind wir selbst die Ausgelachten, wenn wir glauben, die anderen hätten einen so offensichtlichen Unsinn geglaubt.

Hermeneutik des Verdachts

Auf die Frage gibt es kaum eine Antwort von außen. Will man etwa eine Email an *The Yes Man* senden, an diese Lügenbolde von Berufs wegen? Oder an die Herren in Salzburg? Nein, hier steht man plötzlich allein, und keiner sagt einem, was man glauben soll. In dieser Heimatlosigkeit liegt die Hoffnung der Zukunft. Man muss selbst urteilen, muss abwägen, seinen gesunden Menschenverstand zusammennehmen und die innere Logik des Präsentierten prüfen.

Man muss genau das Verhalten entwickeln, das es braucht, um heute und in Zukunft als Leser zu bestehen. Denn wir leben in einem Zeitalter der Übertreibungen, der mangelhaft geprüften Tatsachen und regelrechten Fälschungen. Da gibt es zum Beispiel - wenn man die Zahl der Arbeitslosen dadurch mindern will, dass man Mütter und Väter zu längerem Erziehungsurlaub veranlasst - mal eben eine Studie mit der Aussage, dass Kinder, die in Kindertagesstätten aufwachsen, dreimal so aggressiv seien wie Kinder, die den Tag unter der Obhut der wohl sorgenden Eltern erleben. Da gibt es Meldungen, die gezielt aufgemotzt werden, um Leser anzulocken. Und der Drang (und Zwang), über eine Sache zu berichten möglichst noch ehe sie überhaupt passiert ist, bringt eine Vernachlässigung der Recherche mit sich. In den neuen Medien führt dies zum Prinzip des "publish now, edit later", denn hier lassen sich Fehler ja auch im Nachhinein und vom Leser unbemerkt beseitigen - was zum sonderbaren Umstand einer 'umgekehrten Halbwertszeit' führt, wonach die Relevanz eines Online-Beitrages wächst mit dem zeitlichen Abstand von seiner Erstveröffentlichung. (Vgl. dazu Andrew L. Shapiro, *The Control Revolution. How the Internet is Putting Individuals in Charge and Changing the World We Know*, New York 1999, S. 133-141.)

Und die Bilder?! Ach, die meisten glauben ja noch immer, was sie sehen. Dabei ist doch seit Spielbergs "Jurassic Park" klar, wie Bilder manipulieren werden können. Das wussten einige zwar schon bei Einführung der Fotografie - sie verwiesen auf die im Foto wirksame Subjektivität des Kameramanns, angefangen bei der Auswahl des Objekts, über den eingenommenen Blickwinkel bis hin zur Belichtung. Da dieses Medium von den meisten Rezipienten jedoch selbst als dokumentarisches benutzt wird - der Nachweis des wirklich Geschehenen auf Familienfesten und Urlaubsreisen -, hält sich hartnäckig der Verdacht, es zeige die Dinge so, wie sie geschehen sind. Das wird sich ändern; spätestens mit dem Siegeszug der digitalen Kameras, wenn jeder Tourist zu einem kleinen Lügner wird und sich seine Urlaubsbilder zurecht retuschiert.

Bei solchen Voraussetzungen und Aussichten muss der Leser schließlich zum Detektiv werden, muss seinen Blick für das Unglaubliche stärken. Er mag an Romanen und Filmen gesehen haben, wie das geht, nun hat er es anzuwenden, wenn er die Zeitung oder eine Website liest, und selbst Fan-Sites sind, wie die des Computerspiels *Pyst* - das damit gleich zweifach zur Persiflage wird - zeigt, nicht

immer echt, sondern mitunter schon Teil der Inszenierung. Die moderne Lektüre muss auf einer Hermeneutik des Verdachts gründen.

Im vorliegenden Falle wäre ein Indiz, das Zweifel aufkommen lässt (neben den erwähnten Übertreibungs-Images und der Tortenschlacht) z.B. der Brief von Michael Johnson, der auf das Auskunftersuchen der falschen WTO auf Deutsch antwortet:

"Wegen unerwarteten Gerichtspflichte hier in Amerika habe ich die Sitzung in Salzburg ganz verpasst. Kann deswegen nichts zur Erforschung dieser Schande vermitteln. Mir scheint's aber, man solle nicht vermuten, es haenge irgendwie mit Dr. Bichlbauers Rede zusammen. Leute, die zu solchen Gewalttaten zurueckgreifen, sind meines Erachtens meistens unfaeig sich muendlich auszudruecken oder die Ausdruecke der Anderen weder zu verstehen noch zu bewerten. Ich wuensche dem Herrn Dr. Bichlbauer eine moeglichst schnelle Erholung. Mit besten Gruessen, Michael Johnson"

Dass gerade der, der bei anderen mangelndes Ausdrucksvermögen moniert, selbst nicht der Sprache sicher ist - die "unerwarteten Gerichtspflichte" könnten noch als Flüchtigkeitsfehler durchgehen, nicht aber die falsche Präposition "zu solchen Gewalttaten zurueckgreifen" oder die doppelte Verneinung in: "Leute ... sind ... unfaeig sich muendlich auszudruecken oder die Ausdruecke der Anderen weder zu verstehen noch zu bewerten" -, ist entweder ungewolltes Resultat der Erfindung des 'Beweistextes' durch einen ansonsten ganz gut Deutsch sprechenden Amerikaner oder es ist als Figurensprache intendiert und damit trivialästhetisch. Wie auch immer, es lässt an der Echtheit des Dokuments zweifeln. Und vielleicht ist es ja auch so gewollt. Vielleicht ist das die absichtlich gelegte Fährte, die Schlüsselstelle, die uns augenzwinkernd sagt: Na, spätestens hier wirst du uns doch wohl die Gefolgschaft aufkündigen (die Muttersprachler des Englischen mögen nach ihrer Schlüsselstelle selber suchen).

Die Moral der Lügengeschicht

Der Präsident des CNN, mit dem Mark Amerika an einer TV-Diskussion teilnahm, sagte nach der Sendung zu ihm: "that he totally understands our strategy and that we essentially are delivering to our audience our version of the Truth, our version of history-in-the-making, the one we as Internet artist's are making up as we go along." Natürlich sind auch die Gegengeschichten nicht die Wahrheit, sondern geben nur eine andere Perspektive auf die Dinge wieder. Genau darauf kommt es letztlich an. Will man nicht die Fehler einer Ideologiekritik wiederholen, die unfähig ist, ihre

eigenen ideologischen Voraussetzungen reflexiv einzuholen, dann darf auch die Gegengeschichte nicht als Wahrheit stehen bleiben.

The Yes Man schreibt auf die Frage eines Delegierten aus Salzburg: "Why the stunts? What did you set out to accomplish?": "To illustrate amusingly, through example and some exaggeration, the motives and aims of the WTO and its colleagues. The point wasn't to illustrate this to you, in the audience there in Salzburg, but rather to others, in other audiences--of greater number, and more influential." (30. November) Das ist eine klare Poetologie und zugleich nur die halbe Wahrheit. Denn die Übertreibung in der Berichterstattung führt auch zu Skepsis gegenüber den Aktionskünstlern. Es geht nicht darum, der WTO nicht mehr zu glauben, aber dafür dem, was *The Yes Man* uns auf amüsante Weise über die WTO enthüllt. Es geht darum, *nicht* mehr zu glauben: Skepsis ist die erste Bürgerpflicht - denn das schöne Sprichwort "Es ist besser, von seinen Freunden betrogen zu werden, als ihnen zu misstrauen", gilt im Bereich der öffentlichen Medien eben nicht!

Und nun raten Sie mal, wer hinter der WTO-Sache auch noch steckt. Am Ende der Präsentation des Vorgangs heisst es: "And the Yes Men wish to thank Übermorgen.com for their sponsorship, without which this episode could not have happened." Womit sich der Kreis wieder schließt zu Schlingensiefel und Schily und Hamlet in Zürich. Es gibt mehr zwischen Himmel und Erde, kann man da anschließen, als uns unsere Schulweisheit träumen lässt. Ins Stammbuch der Literaturlehrer aber würden wir gern schreiben: Es gibt auch mehr literarische Formen, als bisherige Schubladen zulassen. Wie soll man die vorliegenden Geschichten nennen? Realfiction? Politische Lügengeschichten? Oder "interventionistisches Cybertheater", wie es Mark Amerika in Anlehnung an das politische Straßentheater tut (vgl. Amerikas Telepolis-Kolumne Schreiben als Hacktivismus: Eine intervenierende Satire vom 9. 2. 2000)?

Auf jeden Fall handelt es sich um eine hoch politische Spielart der Aktionskunst und dies mag man erstaunt und vielleicht auch erfreut zur Kenntnis nehmen angesichts des Abgesangs der Popkultur und speziell der Popliteraten auf das Politische, das in den Büchern der älteren Generation mitunter so bieder-aufklärerisch und moralinsauer daherkommt. Wie schön, dass nicht alle nun nur noch Honiggläser beschreiben oder sich sonstwie um sich selbst drehen. Und immerhin: Aufklärung im Gewand der Lüge, und dann noch im Internet, das hat was, das ist beinahe cool genug, um selbst Pop zu sein, Polit-Pop gewissermaßen, oder, mit Mark Amerika, Avant-Pop.