

Steffen Burkhardt

Medienkandale

Zur moralischen Sprengkraft öffentlicher Diskurse

HERBERT VON HALEM VERLAG

Bibliographische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliographie; detaillierte bibliographische Daten sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

Steffen Burkhardt

Medienskandale.

Zur moralischen Sprengkraft öffentlicher Diskurse

Köln : Halem, 2015

2., überarbeitete und ergänzte Auflage

Steffen Burkhardt ist Professor für Medien- und Kulturtheorie, Medienforschung und Medienkompetenz an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) Hamburg.

Alle Rechte, insbesondere das Recht der Vervielfältigung und Verbreitung sowie der Übersetzung, vorbehalten. Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form (durch Fotokopie, Mikrofilm oder ein anderes Verfahren) ohne schriftliche Genehmigung des Verlages reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme (inkl. Online-Netzwerken) gespeichert, verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

© 2006, 2015 by Herbert von Halem Verlag, Köln

Print: ISBN 978-3-86962-163-0

E-Book (PDF): ISBN 978-3-86962-164-7

E-Book (EPUB): ISBN 978-3-86962-165-4

Den Herbert von Halem Verlag erreichen Sie auch im

Internet unter <http://www.halem-verlag.de>

E-Mail: info@halem-verlag.de

SATZ: Herbert von Halem Verlag

DRUCK: docupoint GmbH, Magdeburg

GESTALTUNG: Claudia Ott, Grafischer Entwurf, Düsseldorf

Copyright Lexicon ©1992 by The Enschedé Font Foundry.

Lexicon® is a Registered Trademark of The Enschedé Font Foundry.

Inhaltsverzeichnis

Verzeichnis der Abkürzungen	12
Vorwort zur zweiten Auflage	15

TEIL I: DIE SPRENGKRAFT DES SKANDALS

1. EINLEITUNG	26
2. PROBLEMSTELLUNG UND ZIELSETZUNG	36
2.1 Problemstellung	36
2.2 Relevanz für Theorie und Praxis	39
2.3 Erkenntnistheoretische Bestimmungen	44
2.4 Zielsetzung	49
2.5 Zwischenfazit: Das Verständnis moralischer Sprengkraft	50
3. METHODISCHES VORGEHEN	52
3.1 Forschungsfragen	52
3.2 Forschungsdesign	54
3.3 Zwischenfazit: Methodik der Modellentwicklung	58
4. ZUSAMMENFASSUNG: SKANDALE IN DER MEDIENGESELLSCHAFT	59

TEIL II: VOM SKANDAL ZUM MEDIENSKANDAL

5.	AM ANFANG WAR DAS WORT: ZUR KARRIERE DES SKANDALON	62
5.1	Etymologisches Verständnis	64
5.1.1	<i>Profane Konnotationen</i>	65
5.1.2	<i>Religiöse Konnotationen</i>	66
5.1.3	<i>Moralische Konnotationen</i>	72
5.2	Skandale als Kommunikationsprozesse	76
5.3	Zwischenfazit: Der Dreischritt des Skandals	81
6.	SKANDALE IN DEN MEDIEN: ZUR GENEALOGIE DER EMPÖRUNG	83
6.1	Die Transformation der Visibilität und die Anfänge der Skandalberichterstattung	85
6.2	Der Aufstieg medialer Skandalisierung	89
6.3	Die Industrialisierung des Medienskandals	105
6.4	Zwischenfazit: Imperative medialer Skandalisierung	110
7.	FUNKTIONSKONTEXTE: EINE SKANDALÖSE GESELLSCHAFT	113
7.1	Journalismus und soziales Kapital	113
7.2	Ebenen der öffentlichen Entrüstung	116
7.3	Nachrichten- und Narrationsfaktoren	123
7.4	Codierung der Moralsphäre	127
7.5	Rückwirkungen der Tabuisierung	130
7.6	Diskursivierung als Distinktionsmechanismus	131
7.7	Symbolische Macht	134
7.8	Zwischenfazit: Skandale als <i>Social Scanning</i>	136

8.	DIE DEUTUNGSKRIEGER UND IHR PUBLIKUM: ZUR TRIADE DER SKANDALAKTEURE	139
8.1	Skandalproduzenten	141
8.2	Skandalrezipienten	142
8.3	Protagonisten der Skandalisierung	144
8.4	Zwischenfazit: Das Rollenspiel öffentlicher Entrüstung	145
9.	SKANDAL UND MEDIENSKANDAL IM VERGLEICH	147
9.1	Publikationsgrad	148
9.2	Transgressionsmodi	151
9.3	Framing: Zeit und Raum	152
9.4	Differenz- und Identitätsmanagement	153
9.5	Präsenz des <i>Image Setting</i>	154
9.6	Zwischenfazit: Medien als Skandalisierer	155
10.	ZUSAMMENFASSUNG: SKANDALGESCHICHTE ALS ZIVILISATIONSGESCHICHTE	158

TEIL III: DIE MECHANISMEN DES MEDIENSKANDALS

11.	DIE BLINDEN FLECKEN DER MACHT: ZUR ANALYSE DER MEDIALEN SKANDALMECHANISMEN	165
11.1	Darstellung und Problematisierung der exemplarischen Analyse	170
11.2	Diskursanalytischer Fokus	171
11.3	Methodische Schritte	173
11.4	Kriterien und Spezifika der Textauswahl	174
11.5	Zwischenfazit: Zur Rekonstruktion der Mechanismen des Medienskandals	177

12.	REKONSTRUKTION I: DIE FUNKTIONALEN PHASEN DES MEDIENSKANDALS	178
12.1	Mediale Skandalisierung in Zyklen	178
12.2	Phasen des Medienskandals	184
12.2.1	<i>Latenzphase und Schlüsselereignisse</i>	184
12.2.2	<i>Aufschwungphase</i>	191
12.2.3	<i>Etablierungsphase und Klimax</i>	196
12.2.4	<i>Abschwungphase</i>	199
12.2.5	<i>Rehabilitationsphase</i>	201
12.3	Zwischenfazit: Die ›Skandaluhr‹ als Phasenmodell des Medienskandals	203
13.	REKONSTRUKTION II: DIE NARRATIVE STRUKTUR DES MEDIENSKANDALS	206
13.1	Mediale Skandalisierung als Narration	206
13.2	Episodisierung	210
13.2.1	<i>Berufliche Episode</i>	210
13.2.2	<i>Private Episode</i>	216
13.2.3	<i>Metaphysische Episode</i>	224
13.3	Zwischenfazit: Medienskandale als soziale Autobiografien der Mediengesellschaft	228
14.	REKONSTRUKTION III: DIE THEMATISIERUNGSSTRATEGIEN DES MEDIENSKANDALS	232
14.1	Mediale Skandalisierung als Themenmanagement	232
14.2	Repräsentations- und Moralisierungsmechanismen: Implementierung der Moral in den Diskurs	233
14.2.1	<i>Die Repräsentation religiöser Moral</i>	235
14.2.2	<i>Repräsentation öffentlicher Moral</i>	244
14.2.3	<i>Repräsentation der juristischen Moral</i>	257

14.2.4	<i>Repräsentation der privaten Moral</i>	269
14.2.5	<i>Repräsentation der politischen Moral</i>	278
14.3	Politisierungsmechanismen:	
	Maximierung des Nachrichtenwerts	286
14.3.1	<i>Politisierung der Skandalereignisse</i>	288
14.3.2	<i>Konstruktion politischer Relevanz</i>	299
14.3.3	<i>Konstruktion politischen Handlungsbedarfs</i>	304
14.3.4	<i>Problematisierung des politischen Systems</i>	308
14.3.5	<i>Analyse politischer (Dys-)Funktionalität</i>	316
14.4	Systematisierungsstrategien:	
	Reduktion der Narrationskomplexität	322
14.4.1	<i>Die Personifikation des Leitcodes: Gut und Böse in den Medien</i>	323
14.4.2	<i>Zuschreibung des Codes der Systemumwelt</i>	325
14.4.3	<i>Zuschreibung des Leitcodes eines sozialen Systems</i>	327
14.4.4	<i>Symbolische Binarisierung der Aktanten</i>	330
14.5	Deeskalationsstrategien:	
	Die Rolle der Medienjournalisten	331
14.6	Zwischenfazit:	
	Die Diskursmacht der Skandalisierer	334
15.	DISTINKTION ALS AKTUALISIERUNG VON MACHT	338
16.	ZUSAMMENFASSUNG: DIE MECHANISMEN DES MEDIENSKANDALS	348
TEIL IV: AUF DEM SCHLACHTPLATZ ÖFFENTLICHER MORAL		
17.	DER MEDIALE SIEGESZUG DER MORAL	355
17.1	Folgen für die Akteure	358
17.2	Folgen für das soziale System	363
17.3	Individuelle Permanenz versus soziale Ephemierität	366

18. VON AUSGEBLIEBENEN MEDIENSKANDALEN – DIE NIEDERLAGE DER ETHIK	369
19. SCHLUSSBETRACHTUNG: DAS SKANDALON ALS PUBLIZISTISCHER BRANDSATZ	377
19.1 Zusammenfassung und Fazit	380
19.2 Ausblick	400
Literaturverzeichnis	406
Presse- und Agenturquellen	468

Journalismus



STEFFEN BURKHARDT

Medienskandale. Zur moralischen Sprengkraft öffentlicher Diskurse

2015, 2., leicht überarbeitete und ergänzte
Auflage, 7 Abb., 1 Tab., Broschur,
213 x 142, dt.

EUR(D) 38,00 / EUR(A) 38,90 / SFR. 62,20

ISBN 978-3-86962-163-0

Medienskandale sind publizistische Brandbomben. Steffen Burkhardt analysiert, wie Skandale bereits seit über zwei Jahrtausenden aus Gemeinschaften mächtige Gesellschaften formen – und sie wieder zu Fall bringen.

Mit der Erfindung der Massenmedien haben sich Skandale zur gefährlichen Waffe politischer Einflussnahme entwickelt: als Informationsvirus mit revolutionärer Sprengkraft. Sie enthüllen vermeintliche Missstände hinter den öffentlichen Fassaden der Macht und aktualisieren das soziale Selbstverständnis. In Medienskandalen offenbaren sich so die komplexen Deutungskämpfe innerhalb einer Gesellschaft. Auf dem Schlachtplatz öffentlicher Moral streiten Interessengruppen um symbolische Autorität, politischen Einfluss und ökonomische Herrschaft. Wie kommen Skandale in den Medien zustande? Wie lassen sie sich steuern? Und wie verhindern?

Dieses Buch erklärt die Mechanismen des Medienskandals und zeigt an historischen Fällen, wie Journalisten, PR-Berater und Skandalopfer aus Politik, Wirtschaft, Kultur und Sport um öffentliche Inszenierungshoheit kämpfen.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



VORWORT ZUR ZWEITEN AUFLAGE

Skandale erfahren durch die digitalen Kommunikationsdynamiken des Internets einen enormen Popularisierungsschub. Das jahrtausendealte Konzept öffentlicher Empörung hat sich unter dem Einfluss der Digitalisierung weiteren Transformationsprozessen unterzogen, die vor allem durch eine gesteigerte Visibilität des Skandalons und die personelle Erweiterung der am Mediendiskurs Beteiligten gekennzeichnet sind. Neue Formen gesellschaftlicher Selbstbeobachtung und Selbstbeschreibung im Spannungsfeld von professionellen und privaten Diskutanten bilden ein heterogenes Interaktionsfeld für die Aufmerksamkeitsexzesse einer *digitalen Community im selbstreferenziellen Empörungsrausch*. Die Kommunikationspraxis des Medienskandals ist dabei durch zwei Neuerungen charakterisiert: Erstens ist das Internet ein Themenpool digitaler *Kommunikationsinhalte*, die Skandalisierer jederzeit abschöpfen können; und zweitens können Skandalisierer ihre Empörung über die digitalen *Kommunikationskanäle* des Internet in potenziertem Maße verbreiten. Digitale Kommunikation beeinflusst daher sowohl die Inhalte medialer Skandalisierung, als auch die Bekanntheit der skandalisierten Zustände, Ereignisse und Entwicklungen über zeitliche, räumliche und kulturelle Grenzen hinweg. Verändert sich dadurch auch das Wesen des Medienskandals an sich?

Vor allem mit der Verbreitung von Social-Media-Interaktionen gewinnen zunehmend Amateure an Einfluss auf die massenmediale Deutung von behaupteten Normverletzungen. Historisch betrachtet können also erstmals Menschen ohne spezifische Qualifikation direkt zu Menschenmassen sprechen und brandmarken, was sie als skandalös empfinden: vom Motiv auf

dem Klebeetikett ihres Lieblingsspülmittels (wie das PR-Debakel um die Marke *Pril* des Unternehmens Henkel) bis hin zu der Tatsache, dass in Dänemark keine islamische Zensur toleriert wird (wie im Fall der *Mohammed-Karikaturen*). Erstgenanntes Debakel ist als sogenannter *Shitstorm* quasi die nutzergenerierte Variante des Medienskandals. An ihm lässt sich sehr gut die mangelnde Relevanz der Laienkommunikation ablesen: Die Empörung verpufft, wenn nicht das große Erzählsystem Journalismus die Empörung anheizt. Ohne die journalistische Berichterstattung in den Fernseh- und Radionachrichten, in Zeitungen, Zeitschriften und Online-News würde sich die Empörung über die vermeintlichen Missstände, die in sozialen Medien angeprangert werden, versenden.

Was nützen die Plagiats-Wikis *GuttenPlag* und *SchavanPlag*, die Twitter- und Facebook-Empörung über sexuelle Belästigung durch Politiker oder die von *WikiLeaks* online publizierten Dokumente, wenn der gesellschaftliche Diskurs darüber ausbleibt? Selbst die *Aufklärung durch Whistleblower* wie Edward Snowden findet erst durch das journalistische Publizieren des Medienskandals die Beachtung ausreichend weiter Teile der Bevölkerung, wie ich in dieser Neuauflage meiner Grundlagenstudie über Medienskandale darlegen möchte. Die Studie beleuchtet die Kontexte und konstitutiven Merkmale medialer Skandalisierung in der modernen Gesellschaft mit einer Schwerpunktsetzung auf die journalistische Berichterstattung, die aus einem nicht-öffentlichen Normverstoß den öffentlichen Normverstoß macht, der die *Lebenswelt der Gesellschaft* durchdringt. Es erklärt die sich verändernden Produktions- und Rezeptionsbedingungen der Skandalkommunikation an Fallbeispielen und erläutert, welche narrativen Strukturen sie prägen, welche funktionalen Phasen und diskursiven Praktiken ihnen zugrunde liegen und wie sie die Machtverhältnisse in Wirtschaft, Politik und Gesellschaft aktualisieren.

Die *Virulenz unkontrollierbarer Medienskandale* ist ein auffälliges Phänomen der Gesellschaft am Anfang des 21. Jahrhunderts, wie ich schon in der 2006 erschienenen Erstauflage des Buches konstatiert habe. Ihnen ist eine Kommunikationsdynamik eigen, die sich jeglicher Kontrolle entzieht. Skandale in modernen Medien mit dispersem Publikum gibt es quasi seit der Erfindung des Buchdrucks im 15. Jahrhundert. Sie sind von Regierungen und deren Oppositionen in *allen Ländern, in allen Jahrhunderten*, in unterschiedlichen *politischen, religiösen und kulturellen Systemen* genutzt worden, um symbolische oder physische (Bürger-)Kriege als *Systemumbrüche, Sys-*

temerweiterungen oder Systemsicherungen vorzubereiten: durch die mediale Skandalisierung des Anderen.

Durch die Diskreditierung des Anderen im Medienskandal wird das Eigene legitimiert. Sein *Differenz- und Identitätsmanagement* aktualisiert das Machtgefüge von Gesellschaften. Gesellschaftlichen Umbrüchen geht – historisch betrachtet – daher immer eine Welle von Skandalisierungen voraus. Das lässt sich an dem Zusammenbruch des Deutschen Kaiserreichs genauso beobachten wie an dem Ende der Deutschen Demokratischen Republik. So gesehen könnten die zahlreichen Überwachungs- und Datenskandale, die unser noch junges Jahrhundert bereits prägen, als Vorboten eines *radikalen Transformationsprozesses westlicher Demokratien* interpretiert werden, die begleitet werden von der Skandalisierung des politischen Personals und einen Vertrauensverlust in die sozialen Institutionen nach sich ziehen. Auch der moderne Terrorismus arbeitet mit der pauschalen Skandalisierung von Gesellschaften. Diese Propagandatechnik führen uns beispielsweise islamistische Hassprediger auf Video-Plattformen wie *Youtube* vor Augen, die den angeblichen Hass des Westens auf Menschen muslimischen Glaubens skandalisieren und damit erfolgreich Täter für Gewaltverbrechen rekrutieren.

Der Terrorismus habe sich geschickt an die Kriegsführung des heutigen Medienzeitalters angepasst, konstatierte schon 2006 Donald Rumsfeld, der als us-Verteidigungsminister die entscheidende Umbauphase der *National Security Agency (NSA)* zum totalen Überwachungsapparat einleitete. Die ihm untergeordnete Behörde bekam den Auftrag, jegliche weltweite Telekommunikation zu überwachen, relevante Informationen zu identifizieren, zu aggregieren und zu analysieren. Ausgestattet mit digitaler Spitzentechnologie folgt das Überwachungssystem der nationalen Sicherheitsagentur seitdem der Logik von Rumsfeld, der die Unterwanderung der öffentlichen Meinung als wichtige Regierungsaufgabe im Kampf gegen den Terrorismus definiert hat. Er stattete die NSA mit der politischen Rückendeckung, den rechtlichen Befugnissen und den finanziellen Mitteln für die totalitäre Ausweitung der Geheimdienstaktivitäten aus.

In seinem 2006 publizierten Essay *The Media War on Terror*¹ begründete Rumsfeld die strategische Bedeutung der Steuerung der öffentlichen Meinung damit, dass auch die Terroristen über eigene »Komitees für Medi-

1 *Der Medienkrieg gegen den Terror* von Rumsfeld ist in deutscher Übersetzung von Jan Neumann unter www.project-syndicate.org/commentary/rumsfeld3/German abrufbar [10.08.2006].

enbeziehungen« verfügen, die darauf abzielen, die Meinungsbildung der Eliten zu manipulieren: »Sie planen und konzipieren schlagzeilenträchtige Angriffe und nutzen dabei alle Mittel der Kommunikation.« Damit stehen die neuen Feinde der USA dem Pentagon in nichts nach, wie in Rumsfelds Beitrag deutlich wird, der nur *eine Wahrheit* kennt: »Wir führen einen Krieg, bei dem es um das Überleben unserer Lebensweise geht: [...] Es ist ein Test des Willens, und er wird auf dem Feld der weltweiten öffentlichen Meinung gewonnen oder verloren. Zwar ist der Feind geschickt darin, die Medien zu manipulieren und die Hilfsmittel der Kommunikation zu seinem Vorteil zu nutzen, aber auch wir haben einen Vorteil: Die Wahrheit ist auf unserer Seite, und letztlich siegt die Wahrheit.« Wer die öffentliche Meinung mit »seiner Wahrheit« kontrollieren will, braucht Informationen wie jene Daten, die von der NSA über Internetnutzer und ihr Kommunikationsverhalten auf Vorrat gespeichert werden. Die Informationen werden, wie wir durch die Enthüllungen des NSA-Whistleblowers Edward Snowden wissen, auch instrumentalisiert, um politische Gegner mit Wissen über ihre Privat- und Intimsphäre zu erpressen, zu skandalisieren und zu desavouieren.

Die Ära Rumsfeld mit dem gigantischen Ausbau des Geheimdienstwesens durch die Nutzung digital verfügbarer Daten markiert eine neue Phase globaler Propaganda: Das Zeitalter digitaler Kommunikation bringt eine Verschiebung der Machtverhältnisse durch das Sammeln, Nutzen und Verbreiten von Informationen mit sich. Die Informationspolitik rückt zunehmend in das Zentrum politischen Handelns. Das damit einhergehende moralische *Erpressungspotenzial der Skandalisierung* betrifft uns alle. Das Zeitalter des globalen Kriegs ist ein Zeitalter der Deutungskämpfe, das den Medienskandal systematisch als Waffe einsetzt und in dem durch mediale Operationen jene Feindbilder konstruiert werden, die es später zu vernichten gilt: »die Ungläubigen« oder »die Islamisten«, »den Iran« oder »die Amerikaner«, »die Israelis« oder »die Hisbollah« – die Welt als fragiles Konstrukt aus sich verfeindeten Lagern.

Die Dimensionen medialer Skandalisierung beschreibt Rumsfeld präzise am Beispiel von Terroristen: »Sie wissen, dass Kommunikation Grenzen überschreitet und dass eine einzige Nachrichtenmeldung, geschickt gehandhabt, unserer Sache genauso sehr schaden – und ihrer nutzen – kann wie jeder militärische Angriff. Und sie sind in der Lage, mit im Vergleich zu den enormen, kostspieligen Verwaltungsapparaten demokratischer Regierungen relativ wenigen Leuten und relativ bescheidenen Ressourcen

schnell zu handeln.« Als Beispiel führt er die von *Newsweek* am 9. Mai 2005 angeblich auf Basis von Lügen konstruierte Skandalgeschichte über die Entweihungen eines Korans im Verhörlager Guantanamo an: Die Meldung des Nachrichtenmagazins war tagelang auf Websites einsehbar, wurde per E-Mail verschickt und über Satellitenfernsehen und Radiosender verbreitet und löste tödliche Ausschreitungen in Afghanistan und Pakistan aus. Doch Rumsfeld verschweigt in seinem Beitrag über Kriegs-PR, dass dem Pentagon der *Newsweek*-Beitrag vor seiner Publikation vorgelegt worden war und es an der ursprünglichen Version nichts auszusetzen hatte. Ebenfalls unterschlägt er die zentrale Information, dass das Pentagon im Sommer 2005 nach der von ihm betriebenen *Newsweek*-Skandalisierung offiziell Koranschändungen in fünf Fällen einräumen musste.²

Die Verbreitung von Skandalmeldungen durch politische Führer, seien sie Verteidigungsminister oder Terroristen, bleibt auch im digitalen Zeitalter in keinem Kriegslager aus. Die Entwicklung neuer technischer Kanäle ermöglicht dabei die zunehmende Umgehung des *Gatekeeper* Journalismus. »Wir führen heute den ersten Krieg im Zeitalter von E-Mail, Blogs, Blackberry, Instant Messaging, Digitalkameras, Internet, Mobiltelefonen, Radiosendungen mit Zuhörerbeteiligung und Nachrichten rund um die Uhr«, beschreibt Rumsfeld den *Siegeszug der elektronischen Datenvermittlung* im medialen Krieg: »In Tunesien hat die größte Tageszeitung eine Auflage von etwa 50.000 Exemplaren – in einem Land von 10 Millionen Einwohnern. Aber selbst in den ärmsten Wohnvierteln finden Sie Satellitenschüsseln auf nahezu jedem Balkon oder Dach.« Diese Satellitenschüsseln lassen sich von ihm ebenso wenig kontrollieren wie die Empfänger in anderen arabischen Ländern: »Vor einigen Jahren – unter Saddam Hussein – konnte einem Iraker die Zunge abgeschnitten werden, wenn er eine Satellitenschüssel besaß oder ohne staatliche Genehmigung das Internet nutzte. Heute sind Satellitenschüsseln auch im Irak allgegenwärtig. Leider sind viele der Nachrichtensender, die über diese Schüsseln empfangen werden, dem Westen gegenüber feindlich eingestellt.« Ähnliches lässt sich umgekehrt über viele Medien in den USA sagen: CNN wies seine Redakteure für die Berichterstattung über die Afghanistan-Invasion an, bei jeder Meldung über afghanische Opfer immer auch auf die Opfer des 11. September hinzuweisen und so den Einsatz moralisch zu legitimieren.

2 Vgl. *Süddeutsche Zeitung* vom 28.5.2005, S.1.

Libérale Feministinnen wie Barbara Ehrenreich, Alice Walker und Susan Sontag, die sich öffentlich gegen die militärischen Einsätze aussprachen, wurden skandalisiert, als »typisch weiblich« ignoriert oder – so ein Kolummentitel – unter »Idiotieverdacht« gestellt. Und selbst die *New York Times* schürte über dem Foto einer großen Antikriegsdemonstration in Washington DC die öffentliche Empörung mit den Worten »Protestierende wollen Frieden mit den Terroristen«.

Die Skandalisierung des Gegners ist notwendig, um ihn symbolisch durch öffentliche Isolation zu töten. Von der symbolischen zur physischen Tötung ist es jedoch nur ein kleiner Schritt. Daher wohnt allen Medienskandalen eine zerstörerische Tendenz inne: »Der seelische Widerstand moderner Völker gegen den Krieg ist dermaßen entwickelt, dass jeder Krieg als Abwehrkampf gegen einen drohenden, mordgierigen Angreifer hingestellt werden muss. [...] Auf neue und subtile Weise müssen heute Abertausende und sogar Millionen von Menschen zu einer Masse aus Hass, Wille und Hoffnung verschmolzen werden. Die neue Schmiede des sozialen Zusammenhalts heißt Propaganda. Die Debatte muss an die Stelle des bloßen Drills treten; das gedruckte Wort muss die Aktion ergänzen. Eigentliche Kriegstänze gibt es bloß noch im Roman und an den Rändern der modernen Welt; aber ihr Ersatz, die Kriegspropaganda, atmet und gedeiht mitten in den Städten und Ländern dieser Erde«, schrieb der US-amerikanische Pionier der empirischen Kommunikationsforschung, Harold Lasswell, 1927 in seiner Analyse der *Propagandatechniken des Ersten Weltkrieges*.³ Seit der Gründung des *Committee on Public Information (CPI)* 1917 als zentraler Propagandastelle im Ersten Weltkrieg haben die USA in Sachen *Manufaktur von Konsens* (Noam Chomsky) ausgiebige Studien an der heimatlichen Kriegsfront betrieben – lange vor ihren Feinden in der arabischen Welt.

Doch die Inszenierung des Medienskandals wurde nicht erst in der Propaganda-Maschinerie der USA zum Bündnispartner der Politik. Seit der Adaption des Skandals durch das Mediensystem in der frühen Neuzeit schafft er das moralische Klima, in dem politische Transformationsprozesse gedeihen können: Bereits im Vorfeld der *Französischen Revolution* wurden ab den 1770er-Jahren durch Schmä- und Skandalblätter, den *chroniques scandaleuses*, die verschwenderische und korrupte Lebensweise der Königsfamilie und ihrer adligen Verwandtschaft skandalisiert. Die jahrelange Skandalisi-

3 LASWELL, H.: *Propaganda Technique in the World War*. Cambridge 1971 [1927].

sierung bildete die Voraussetzung für die Politisierung jener Öffentlichkeit, die sich durch die desaströse Finanzpolitik des Hofes emanzipierte und mit dem Sturm auf die Bastille im Juni 1789 an der Monarchie rächte.

Mit dem neuen bürgerlichen Gesellschaftsmodell der Franzosen wird auch der französische Begriff *scandale* zum europäischen Lehnwort und zum Informationsvirus mit revolutionärer Sprengkraft. Damit gelangt das Skandalkonzept der Antike, für das der Soziologe Sighard Neckel den Begriff vom *Stellhölzchen der Macht* geprägt hat, in die Medienlandschaften der Moderne. Medienskandale enthüllen seitdem in regelmäßigen Abständen vermeintliche Missstände hinter den öffentlichen Fassaden der Macht und aktualisieren das soziale Selbstverständnis. In ihnen offenbaren sich die komplexen Deutungskämpfe innerhalb und zwischen Gesellschaften, denn auf dem Schlachtplatz öffentlicher Moral streiten Interessengruppen um symbolische Autorität, politischen Einfluss und ökonomische Herrschaft.

Wie kommen Skandale in den Medien zustande? Wie lassen sie sich steuern? Und wie verhindern? Die Sprengkraft von Medienskandalen wie denen des globalen Zeitalters in Vorbereitung seiner Schlachten um *das Gute* und *das Böse* lässt sich nur entschärfen, wenn man ihren Zündmechanismus entschlüsselt. Daher steht die Entwicklung einer Theorie medialer Skandalisierung im Zentrum dieses Buches, das hier als Modell des Medienskandals in Abgrenzung zu nicht-medialen Skandalen vorgestellt wird. Die Kokain- und Prostituiertenaffäre um den prominenten deutschen Juden Dr. Michel Friedman im Jahr 2003 ist der Fall, mit dem ich mich vor allem für die diskursanalytische Rekonstruktion der Mechanismen und Folgen des Medienskandals in diesem Buch exemplarisch beschäftigt habe. Bereits in diesem Skandal sind die Folgen des digitalen Kommunikationswandels gut erkennbar. Für die Rekonstruktion wurde bewusst ein Medienskandal gewählt, dessen Komplexität im Gegensatz zu internationalen Fällen im globalen Medienkrieg wie dem Folterskandal in *Abu Ghraib* oder dem Skandal um die Koran-Schändung in *Guantanamo* überschaubar ist und der sich für eine Grundlagenstudie besser eignet. In ihm verbergen sich jedoch dieselben effektiven Mechanismen des sozialen Systems wie in anderen Medienskandalen, die ihre Sprengkraft erst durch die öffentliche Inszenierung von Moral entwickeln – jenem Präferenzcode des sozialen Systems, der »auf polemogenem Terrain« wächst und gedeiht, wie Niklas Luhmann in seiner berühmten Rede *Paradigm lost: Über die ethische Reflexion der Moral* anlässlich der Verleihung des Hegel-Preises 1989 es treffend be-

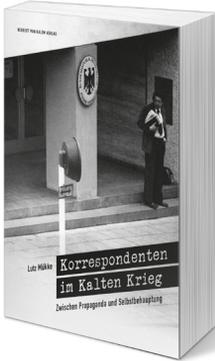
geschrieben hat: »Sie neigt zur Überhitzung. Sie erleichtert das Töten. Sie kann sich ruinös auswirken auf jeden, der seine Selbstachtung an diese oder jene Bedingungen bindet und das publik macht.«

Die Moral ist der Schlüssel zum Verständnis des Medienskandals. Und ihre ethische Reflexion in der Medienöffentlichkeit ist der Schlüssel zu seiner Deeskalation. Das Instrument zur Entschärfung der sozialen Sprengkraft globaler Deutungskämpfe an den Heimatfronten hält daher das *Selbstbeobachtungs- und Selbstbeschreibungssystem der Gesellschaft* in der Hand: der Journalismus mit seiner medialen Diskursmacht. Der Erhalt des Journalismus und seine Ausstattung mit Ressourcen, die seine mediale Diskursmacht stützen, muss daher ein zentrales Anliegen jeder demokratischen Gesellschaft sein.

Ein Journalismus, der seine mediale Diskursmacht in den Arenen der digitalen Kommunikation verloren hat, wäre der Vorbote eines politischen Systems, das ohne die *Legitimation des Demos als souveränem Träger der Staatsgewalt* operiert.

Hamburg, im November 2014/August 2006

Journalismus



LUTZ MÜKKE

Korrespondenten im Kalten Krieg. Zwischen Propaganda und Selbstbehauptung

2014, 442 S., 69 Abb., Broschur,

213 x 142 mm, dt.

ISBN 978-3-86962-059-6

Vom Weltgeschehen und den großen Konflikten des Kalten Krieges berichteten DDR- und BRD-Korrespondenten häufig ganz gegensätzlich. Im heute wiedervereinigten Deutschland haben wir die spannende Situation, dass Auslandsreporter und Korrespondenten aus Ost und West über ihre Arbeit unter den Bedingungen des Kalten Krieges reflektieren können. Ein Teil deutsch-deutscher Geschichte, der kaum bekannt ist.

Das Buch geht den Fragen nach, wer diese Korrespondenten waren, mit welchen Rollenverständnissen sie an ihren Beruf gingen und mit welchen Arbeitsrealitäten sie konfrontiert waren. Welchen Repressalien waren Westkorrespondenten im Osten und Ostkorrespondenten im Westen ausgesetzt? Gab es zwischen den ›Klassenfeinden‹ nur journalistische Stellvertreterkriege oder auch Berührungspunkte, gar Kooperationen? Gerieten die Korrespondenten ins Visier von Geheimdiensten?

Dieses Buch gibt zum einen erste wissenschaftlich gesicherte Antworten und zum anderen hält es einen Fundus aufschlussreicher Interviews bereit, in denen namhafte Ost- und Westkorrespondenten wie Klaus Bednarz, Horst Schäfer, Ulrich Kienzle oder Klaus Steiniger Auskunft geben.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de



Journalismus



JAKOB J. E. VICARI

Blätter machen. Bausteine zu einer Theorie journalistischer Komposition

2014, 206 S., 24 Abb., 3 Tab., Broschur, dt.

ISBN 978-3-86962-085-5

›Unsere‹ Zeitungen und Zeitschriften sind fester Bestandteil unseres Alltags. Doch über ihre Entstehung wissen wir kaum etwas – als Leser nicht und als Wissenschaftler fast noch weniger. Dieses Buch lüftet das Geheimnis der Redaktionskonferenz. Der Autor hat 16 Redaktionen beobachtet, vom *Fränkischen Tag* bis zum *Stern*. Seine Ergebnisse zeigen: Blattmachen ist mehr als das tägliche Ausrechnen von Nachrichtwerten und auch mehr als nur das Bauchgefühl des Chefredakteurs. Vielmehr gibt es eine kreative Kraft, die eigenen Gesetzen gehorcht und die mitbestimmt, welche Nachricht es auf die Titelseite schafft: die journalistische Komposition. Vicaris empirische Studie zeigt auf, dass diese bislang wenig beachtete journalistische Komposition zum Kerngeschäft des Journalismus gehört und in ihrem Einfluss auf das Blattmachen stärker beachtet werden muss.

»Dieses Buch hat das Potenzial, die Journalismus- und die Medieninhaltsforschung zu irritieren und damit die Kommunikationswissenschaft zu verändern.« (Michael Meyen)



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



Medien und Gesellschaft



BERNHARD PÖRKSEN / HANNE DETEL

Der entfesselte Skandal. Das Ende der Kontrolle im digitalen Zeitalter

2012, 248 S., 28 Abb., 2 Tab.,
Hardcover (Faden), 213 x 142 mm, dt.
ISBN 978-3-86962-058-9

Wikileaks blamiert zuerst eine Weltmacht und dann sich selbst. Blogger prangern einige wenige, bis dahin unbeachtet gebliebene Sätze des Bundespräsidenten an und forcieren im Verbund mit klassischen Massenmedien seinen Rücktritt. Politiker stürzen über Plagiate, die sich im Netz detailgenau dokumentieren lassen. In die falschen Kanäle gelangte Fotos und Handyvideos, sms-Botschaften und Twittermeldungen beenden Karrieren und werden zu global zirkulierenden Beweisen eines Vergehens. Immer mehr Daten lassen sich immer leichter verknüpfen, rekonstruieren, dauerhaft speichern – und eines Tages in öffentliche Dokumente der Diskreditierung verwandeln, die sich nicht mehr nur gegen Mächtige und Prominente, sondern auch gegen Ohnmächtige und gänzlich Unbekannte richten. Blitzschnell sind im digitalen Zeitalter Transparenz und Aufklärung möglich – und in rasender Geschwindigkeit verbreiten sich Falschmeldungen, bilden sich Wut- und Empörungsgemeinschaften, die mit Schicksalen auf einer weltweit sichtbaren Bühne spielen. Dieser glänzend geschriebene, materialreiche Essay ist eine Provokation. Zur Debatte steht die Diagnose der Autoren: Der Skandal ist kein Distanzereignis mehr, sondern hat unser aller Leben erreicht.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln
<http://www.halem-verlag.de>
info@halem-verlag.de



Journalismus



TOBIAS EBERWEIN

Literarischer Journalismus. Theorie – Traditionen – Gegenwart

2013, 280 S., 5 Abb., Broschur,

213 x 142 mm, dt.

ISBN 978-3-86962-089-3

Bei erfolgreichen Wochenblättern wie der *Zeit*, dem *Spiegel* und der *Frankfurter Allgemeinen Sonntagszeitung* gehört der Literarische Journalismus seit Längerem zum zentralen Vermittlungsprinzip. Trotzdem steht er im deutschen Sprachraum unter Generalverdacht: Ein allzu freier Umgang mit aus der Literatur entlehnten Gestaltungstechniken, vor allem ein sorgloses Spiel mit Fakten und Fiktionen, sei nicht mit den Aufgaben des Journalismus vereinbar, mahnen manche Kritiker.

Tobias Eberwein räumt in seiner Studie mit dieser begrifflichen Engführung auf. Anhand von Gesprächen mit aktiven Vertretern des Genres macht er deutlich, dass das Konzept des Literarischen Journalismus im Gegenteil zu einem Rettungsanker für die ökonomisch schwächelnde Printbranche werden könnte. Indem sich literarische Journalisten bewusst vom Nachrichtenjournalismus der Mainstream-Medien abgrenzen, zeigen sie in der gegenwärtigen Zeitungs- und Zeitschriftenkrise Entwicklungsperspektiven auf. Damit können sie dem Gegenwartsjournalismus helfen, ein neues Selbstverständnis zu generieren – und ihn so bereit für die Zukunft machen.



HERBERT VON HALEM VERLAG

Schanzenstr. 22 · 51063 Köln

<http://www.halem-verlag.de>

info@halem-verlag.de

