

Prof. Dr. Klaus Merten

GERÜCHTE

Das Gerücht galt noch bis zur Jahrtausendwende als mehr oder minder pathologische Form der informellen Kommunikation, von der man erwartete, dass sie angesichts des information overflow der Mediengesellschaft verschwinden werde (vgl. so noch Kirchmann 2004:73). Das genaue Gegenteil ist zutreffend: Die zunehmende Mediatisierung, die Beschleunigung der Kommunikation und insbesondere die Entwicklung des Internet sind der neue Nährboden für die problemlose Entstehung und schnellere und unbegrenztere Verbreitung von Gerüchten, die nun sogar mit Hilfe der Medien erfolgen kann und daher Gerüchte unbegrenzter Halbwertszeit hervorbringt.

Im Versuch, Gerüchtprozesse besser zu verstehen, wird hier zunächst eine analytische Trennung von Gerüchtentstehung und Gerüchtverbreitung verfolgt. Zwar sind beides Kommunikationsprozesse, aber mit sehr unterschiedlicher Struktur, was für das Verständnis von Gerüchten insgesamt nicht folgenlos ist. Analysiert man systematisch und in großer Zahl bekannt gewordene Gerüchte, dann ergibt sich eine *erste* begriffliche Festlegung wie folgt: Gerüchte sind ungesicherte Inhalte aus ungesicherter Quelle mit ungesicherter Verbreitung: 1) Ein Gerücht kann sich auf den Inhaltsaspekt beziehen, d.h. ein Gerücht ist ein *unzutreffender* (unwahrer) Inhalt, 2) Ein Gerücht kann sich auf den Kommunikator beziehen und 3) ein Gerücht kann sich auf den Prozess fortgesetzter Kommunikation beziehen (*kollektive* Weitergabe).

Verstand man früher Gerüchte als eine Form pathologischer Kommunikation an, so fragt man heute im Sinn funktionaler Analyse nicht mehr nach solchen und anderen Eigenschaften, sondern nach dem Anlass ihrer Entstehung und nach deren möglicher Wirkung.

Im folgenden wird, in Abkehr zu den bisherigen Ansätzen, die Entstehung und Verbreitung von Gerüchten als Katalyse von Kommunikationssystemen unter besonderen Randbedingungen begriffen, aus denen heraus die Variation der Inhalte, die Struktur der Verbreitung und vor allem die Latenz weiterer Verbreitung zu erklären ist. Ein Gerücht wird definiert als ein Typus kollektiver Kommunikation, der - mit oder ohne Vorsatz - an einem Ereignis (und nicht: an einer Person) festgemacht wird.

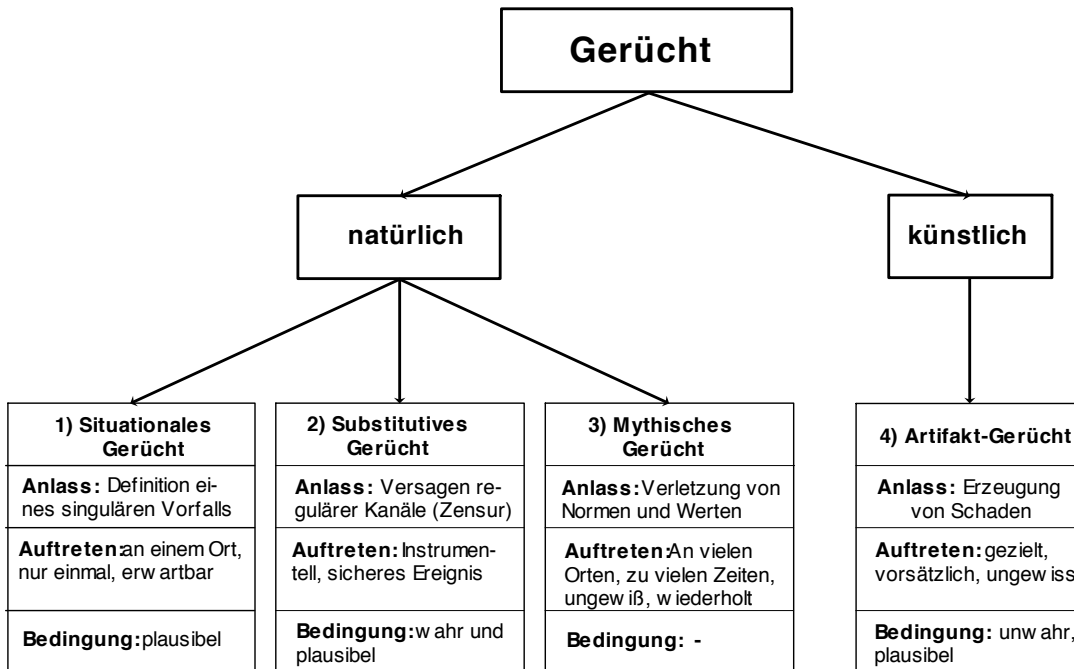
I. Entstehung von Gerüchten

Abbildung 1 zeigt vier funktional gebildete Typen von Gerüchten. Im ersten Fall dient ein Gerücht zur "Definition der Situation" (vgl. Thomas 1965: 19 ff.) in einer *singulären* Situation. Anlass für die Entstehung eines Gerüchts ist hier eine *unterdefinierte Situation*, in der eine *Mehrzahl* von Menschen anwesend ist. Systemtheoretisch wird dadurch bereits ein Kommunikationsprozess katalysiert (Beobachtung bei allen Beteiligten, dass man beobachtet wird). Je ungewisser und je relevanter (also: je *aktueller* im journalistischen Sinn) die Situation, desto eher beginnen die daran Beteiligten, miteinander zu kommunizieren: Das Gerücht wird als plausible Deutung der Situation geboren. Diese Deutung muss nicht wahr, sondern nur plausibel sein.

Beispiel :

Am helllichten Tage fährt ein Polizeifahrzeug auf dem Gelände eines Unternehmens vor, ein Mitglied der Belegschaft (M) steigt ein, der Wagen fährt fort, einige Belegschaftsmitglieder sehen dies. Wenn in diesem Moment nicht vorab eine **eindeutige** Klärung vorliegt (etwa: Der Wagen von M wurde gestohlen, die Polizei hat ihn gefunden und fährt (M) zum Fundort!) haben wir eine Situation, die stark erklärungsbedürftig ist, die mit anderen Worten unterdefiniert ist. Diese Situation ist unerträglich, und dies umso mehr, je hochrangiger das Belegschaftsmitglied (M) in der Hierarchie des Unternehmens steht. Nun setzt die Definition der Situation ein: Alle Beteiligten äußern ihre Ansichten, was „wirklich“ passiert ist und übrig bleibt *die* Ansicht, die nach Meinung aller am wahrscheinlichsten ist

Abbildung 1 : Funktionale Differenzierung von Gerüchten



Der zweite Typ (substitutives Gerücht) wird immer dann generiert, wenn die offiziellen Informationskanäle nicht verfügbar sind (z.B. wegen Streik, Zensur, ethischen Restriktionen). Es wird von den Rezipienten a) mit Zeitverzögerung und b) unter Assimilation des zugrunde liegenden Ereignisses an *locus* und *situatio* c) an eine prinzipiell unbegrenzte Zahl weiterer Rezipienten weitergegeben.

Der dritte Typ von Gerücht entsteht als Antwort auf die fortgesetzte Verletzung relevanter gesellschaftlicher Normen und Werte in einer Gesellschaft und dies nicht nur singulär, an einem einzigen Ort, sondern indifferent gegen Ort und Zeit. Dazu gehören Vorurteilsgerüchte gegen bestimmte Populationen (z.B. Ausländer), gegen bestimmte Institutionen etc. Die Weitergabe erfolgt unbewusst, aber zugleich flächendeckend, das Gerücht erfüllt hier eine Ventilfunktion.

Der vierte Typ (vgl. nochmals Abb. 1) ist das künstliche Gerücht, das vorsätzlich vor allem eingesetzt wird, um bestimmten Personen oder Unternehmen (Unternehmenspersönlichkeiten!) zu schaden.

Wegen der fehlenden Verbürgtheit von Ereignis und Quelle des Ereignisses wird die Glaubwürdigkeit eines Gerüchtes hilfsweise oft dadurch gesteigert, dass dessen Kommunikator sich d) auf eine persönliche Beziehung zum ersten Erzähler beruft (etwa: 'Der Freund meines Bekannten', 'der Bekannte meiner Schwester' etc.) (vgl. Shibutani 1966): Gerüchte stabilisieren ihre Glaubwürdigkeit durch diese reflexive Struktur in der Sozialdimension. Solche Strukturen zur Erhöhung der Glaubwürdigkeit von Gerüchten bewirken, dass sich Gerüchte - unter fast perfekter situationaler Anpassung - über Jahre, ja sogar über Jahrhunderte hinweg halten können, immer getreu einer ganz anderen Hypothese, die da lautet, dass man Kommunikation nicht abbrechen, dass man nicht nicht kommunizieren kann Gerüchte halten sich dadurch am Leben, dass sie sich verbreiten. Wie sagte Goffman (1971: 43), lange vor Watzlawick: „Ein Mensch [...] muss entweder das Richtige oder das Falsche sagen, aber er kann nicht gar nichts sagen.“

Je größer also die Aktualität (Spannung) der Situation, so könnte man formulieren, umso eher wird ein Klärungsversuch aller Beteiligten unternommen, indem die Beteiligten ihre gedanklichen Überlegungen zur Definition der Situation verbalisieren. Exakt in diesem Sinn definiert Shibutani: „Rumor will be regar-

ded as a recurrent form of communication through which men caught together in an ambiguous situation attempt to construct a meaningful interpretation of it by polling their intellectual resources" (Shibutani 1966: 17).

Für die Definition der Situation (d.h. für den anlaufenden Kommunikationsprozess) ist dabei völlig unerheblich, dass diese Klärung zutreffend ist, sondern nur, dass sie plausibel (viabel!) ist. Es ist, mit anderen Worten, eben *nicht* die am ehesten an der „Wahrheit“ orientierte Version, die sich verbreitet, sondern die situativ *plausibelste* Version. Denn der in der Situation unternommene Deutungsversuch ist ja nichts anderes als ein von den Beteiligten katalysierter Kommunikationsprozess, der nun sein Eigenleben beginnt. Wichtigste zu erfüllende Funktion dieses Kommunikationsprozesses: Er will sich am Leben erhalten (latent pattern maintenance-Funktion), er agiert, einmal katalysiert, unabhängig von den Beteiligten.

Nochmals Beispiel 1:

Die Belegschaftsmitglieder, die den Polizeiwagen davonfahren sehen, beginnen darüber zu sprechen, es werden Erklärungsversuche gemacht. Wir wissen aus solchen Situationen, dass die Beteiligten um den besten Erklärungsversuch, „wetteifern“ dass dabei oft noch „etwas draufgelegt“ wird. Das führt dann dazu, dass sich oft der etwas heiklere (spannendere, groteskere) Erklärungsversuch durchsetzt und Aussenstehende überrascht sind, was dann dabei fabuliert wird, was dabei rauskommt.

In systemischer Hinsicht passiert aber etwas ganz anderes: Das Kommunikationssystem will sich am Leben halten. Es wird daher von den beteiligten Kommunikanten bevorzugt gerade *die* Interpretation abverlangt, die sein Überleben am besten sichert. Es wird also stets die aktuellere Version favorisieren und das ist eben meist die negativere, die „unerhörtere“, die spannendere Version. Das Kommunikationssystem hat also mit der Wahrheit des Gerüchts „gar nichts im Sinn“, es sinnt einzig auf seine Erhaltung: Wenn es also einmal entstanden ist, muss es vor allem auf seine Verbreitung bedacht sein.

II. Verbreitung von Gerüchten

Erinnern wir uns an das Gerücht vom Mord im Böhmerwald (in: Passauer Nachrichten 22.1.1932). Ein Kriegsgefangener kehrt 14 Jahre nach Ende des 1. Weltkrieges in sein Heimatdorf zurück und wird von der eigenen Mutter aus Habgier ermordet. Dieses Gerücht wurde bereits im 30-jährigen Krieg verbreitet, wir kennen seine „Nullversion“, seine Urform nicht, aber es zirkuliert: Es macht eine zeitlang seine Runde, es wird an vielen Tischen erzählt, dann erlahmt es, man hört nichts weiter. Aber das bedeutet keinesfalls das Ende des Gerüchts. Wir wissen, dass Kommunikationssysteme – bestes Beispiel ist das Kommunikationsversprechen „Auf Wiedersehen“ – ihre Kontinuität sichern, indem sie Diskontinuitäten einbauen und zulassen. Nun vergeht einige Zeit. Dann sitzen irgendwo Menschen beisammen und vertreiben sich die Zeit mit der Erzählung von Witzen, von unglaublichen Geschichten. Es wird „Seemannsgarn“ gesponnen, „Jägerlatein“ erzählt, „Karambouli“ betrieben¹. Jetzt erinnert sich einer der Beteiligten vielleicht gerade an diese alte Geschichte und „gibt sie zum Besten“: Das Gerücht feiert – in veränderter Situation – seine triumphale Wiederauferstehung. Und irgendwo „passt“ dieses Gerücht dann wieder, es kippt aus seiner jahrhundertealten Fiktion heraus und in eine neue Realität mit neuen Orten, Zeiten, Personen hinein: Das 1932 neu erzählte Gerücht über den „Mord im Böhmerwald“ war Jahrhunderte alt. Aber dann wurde es in einer neuen Wirklichkeit wieder virulent – so virulent, dass die örtliche Polizei (1932!) in Passau begann, nach Mörderin und Opfer zu suchen – und aus dem Misserfolg der Suche zudem schloss, dass darüber ein großes Schweigen verordnet sei – womit das Gerücht natürlich nochmals verstärkt wurde. Aus der Sicht des Kommunikationssystems ist jetzt sozusagen alles wieder offen: Gelingt eine zeitlich-sachlich-soziale oder örtliche Neu-Positionierung, erlebt das Gerücht seinen erfolgreichen Relaunch.

¹ Anlässlich der Verfolgung des Gerüchts von der „Abgerissenen Hand“ wurden die Beteiligten nach dem Schneeballsystem aufgesucht und befragt. Dabei zeigte sich sehr deutlich, dass Folgesituation für die Weiterverbreitung von Gerüchten exakt die Stammtischsituation ist, wo man die Zeit überbrückt, indem man Witze und Geschichten erzählt, stets beseelt von dem Wunsch dabei zu glänzen („Kennt ihr den schon?“).

Sachlich sind solche Neu-Positionierungen dann besonders erfolgreich, wenn bei (allen) Beteiligten vergleichsweise homogene mentale Lagen abrufbar sind, z.B. Vorurteile gegen irgendetwas oder Irgendjemanden. Daraus folgt, dass Vorurteilsgerüchte eine große Verbreitungschance besitzen, denn Menschen mit ähnlichen Vorurteilen reagieren auch ähnlich in ihrer Definition der Situation, sie sind die besten „Opfer“ des Gerüchts, indem sie es weitererzählen. Gleiches gilt aber auch für Situationen, die für viele gleich sind, etwa Ängste im Krieg: Da hier meist eine totale Informationssperre herrscht, grassieren an der „Heimatfront“ bevorzugt weitreichende, flächendeckende Gerüchte.

Sozial nutzt das Gerücht eine weitere Überlebensstrategie, indem die Nähe zum Opfer oder zum Täter betont wird, um auf diese Weise die Glaubwürdigkeit des Gerüchts zu erhöhen. Das Gerücht von der „abgerissenen Hand“ war so angelegt, dass der Erzähler stets seine Nähe zum Opfer betonte, ständig hieß es „mein Bekannter“ etc. Fragte man dann den Bekannten, war es nicht der zuvor genannte Bekannte selbst, sondern wieder die Schwester oder der Nachbar. Fragte man dann Schwester oder Nachbar, war es wieder ein Freund von Schwester oder Nachbar etc. Man traf also ständig auf den „Bekanntesten“, ohne dem Ursprung des Gerüchts auch nur irgendwie näher zu kommen. Dass dieses Muster „Bekanntester eines Bekannten“ zudem eine reflexive Struktur aufweist, signalisiert, dass diese Struktur Erfolg hat: Man fragt sich nicht nur durch halb Europa durch (und verbreitet im Nebeneffekt das Gerücht von Neuem!), sondern man folgt sozusagen einer Fata Morgana,² die mit den Händen greifbar erscheint und gleichwohl gegen Ergreifung perfekt geschützt ist: Das Kommunikationssystem „Gerücht“ verhält sich in Bezug auf seine Fortsetzung ausgesprochen intelligent.

Zeitlich-örtlich („hier und jetzt“ bzw. „da und dann“) gelingt eine Neupositionierung des Gerüchts ohne Schwierigkeiten immer dann, wenn vor Ort an affine Strukturen angeknüpft werden kann. Das dabei neu erzeugte „Lokalkolorit“ hat zudem den Vorteil, dass es örtlich benannt werden kann und dadurch die Glaubwürdigkeit des Gerüchts (die wiederum dessen Verbreitung fördert) unterstützt: Merkwürdigkeiten, die angeblich im Ort A passiert sein sollen, haben gerade an den Nachbarorten eine erhöhte Verbreitungschance.

Das Gerücht über das *prognostizierte* Erdbeben in Arkansas (1990) war zeitlich und örtlich eindeutig festgelegt, so dass seine Verbreitungschancen über Tag und Ort hinaus an sich gering waren. Aber es besaß den Vorteil, dass es in den Fokus der **Medien** geriet und so als Musterfall illustriert, wie Medien Gerüchte aufgreifen und verbreiten (können), ohne dass sie dessen selbst gewahr werden: Das Kommunikationssystem nutzt sozusagen die Naivität des Mediensystems aus, indem es gleich doppelt tätig wird:

Zum einen wurde die negativere Variante gewählt, die die Verbreitung noch besser absichert, die aber auch von den Journalisten bevorzugt wird, die nun darüber berichten. Und alles, was jetzt berichtet wird, wird erneut ins Extreme hinein weiterformuliert. Und weil es von den Medien unter ganz anderen Vorzeichen berichtet und verbreitet wird, wird alles, was da gesagt wird, für bare Münze genommen – denn es steht ja in den Medien.³ Hinzukommt, dass alle weiteren Informationen vor dem Hintergrund der definierten Situation interpretiert werden. Wenn in diesem Gerücht z.B. die örtlichen Behörden zitiert werden, sie hätten ein Fußballfeld requiriert um hier die beim Eintritt des Erdbebens alle getöteten Kinder abzulegen, dann ist das grotesk. Dieser Typ von Aussage lässt *mehrere* Interpretationen zu: a) Purer Irrsinn und b) Wenn der Katastrophenschutz sogar an die vorläufige Aufbahrung toter Kinder denkt, dann ist das ein Beweis, dass das passieren wird, was das Gerücht im Kern schon sagt: Das Erdbeben kommt gewiss. In der Gerüchtsituation wird das Kommunikationssystem (eben: das umlaufende Gerücht) natürlich stets die „gerüchtfreundlichere“ Variante aus den Beteiligten hervorlocken und befestigt, nun im Kleid der Zei-

² Die beständige Nachfrage nach dem „richtigen“ Bekannten reichte aus, um von Bielefeld bis in den Schwarzwald, nach Kopenhagen oder nach Irland zu gelangen.

³ Es gibt einen Typus anzüglicher Witze und Geschichten, der wegen seiner Obszönität nicht in die Medien gelangt. Solche Texte können nur in face-to-face-Gesprächen weitergegeben werden und erlangen so aus ganz anderen Gründen Gerüchtstatus.

tungsmeldung, das Gerücht. Hätte die Presse statt dessen abfällig über das Gerücht geschrieben oder es sogar versucht zu dementieren, hätte das Kommunikationssystem nun Stimmen hervorgehört, die das Dementi anzweifeln - und vermutlich auch damit Erfolg gehabt, wenn die Situation bereits definiert war.

Und am besten gelingt die Fortsetzung des Gerüchts natürlich, wenn sowohl sachliche als auch soziale als auch zeitliche Variation (Differenzbildung!) möglich sind. Oder anders: Im Verständnis einer komplexen Differenztheorie ist das Gerücht geradezu ein Kronzeuge für die Basisregel „A difference that makes a difference“.

Die beständige Zunahme von Gerüchten, insbesondere von Börsengerüchten, von „Urban legends“ zeigt, dass sich in der Mediengesellschaft ganz neue Gerüchtformen entwickeln, die vermutlich auch andere Wirkungen haben. Es ist daher angezeigt, darauf zu reagieren und, wie in anderen Ländern, vor allem Frankreich und den USA, eine beständige „Gerüchtlinik“ (**rumor clinic**) einzurichten, in der alle bekannt gewordenen Gerüchte beschrieben, analysiert und vergleichend auf Gemeinsamkeiten und spezifische Differenzen, die aus Anlass, Thema, Ort, Situation und Datum herrühren mögen, zu prüfen. Das ist ein erster, wichtiger Schritt um zu erkennen, wie man Gerüchte erfolgreich orten und beeinflussen kann.

Literatur:

- Allport, Gordon W. und Leo J. Postman (1947): *The Psychology of Rumor*. New York: Holt.
- Bruhn, Manfred und Werner Wunderlich (Hrsg.)(2004): *Medium Gerücht. Studien zu Theorie und Praxis einer kollektiven Kommunikationsform*. Bern/Stuttgart/Wien: Haupt.
- Dröge, Franz (1970): *Der zeredete Widerstand. Soziologie und Publizistik des Gerüchts im 2. Weltkrieg*. Düsseldorf: Bertelsmann Universitätsverlag.
- Dunant, Jeffrey (2002): Gerüchte in der Finanzkommunikation. In: Bentele, Günter, Manfred Piwinger und Gregor Schönborn (Hrsg.): *Kommunikationsmanagement*. Neuwied: Luchterhand. Kap. 3.18: 1-36.
- Goffman, Erving (1971): *Verhalten in sozialen Situationen*. Bielefeld: Bertelsmann.
- Krug, G. J. (1993): The Day the earth stood still: Media messages and local life in a predicted Arkansas earthquake, in: *Critical Studies in Mass Communication*, 10: 273-285.
- Kirchmann, Kay (2004): Das Gerücht und die Medien. In: Bruhn/Wunderlich (2004): 67-84.
- Lauf, Edmund (1990) *Gerücht und Klatsch. Die Diffusion der „abgerissenen Hand“*. Berlin: Spiess.
- Lerg, Winfried (1970): *Das Gespräch. Theorie und Praxis der unvermittelten Kommunikation*. Düsseldorf: Bertelsmann Universitätsverlag.
- Merten, Klaus (1973): Aktualität und Publizität. Zur Kritik der Publizistikwissenschaft, in: *Publizistik*, 18: 216-235.
- Merten, Klaus (2006): Nur wer lügt, kann kommunizieren, in: *pressesprecher*, 4, Heft 1: 22-25.
- Merten, Klaus (2008): *Zur Struktur und Funktion des Gerüchts (in Vorbereitung)*.
- Schuh, Horst (1981): *Das Gerücht. Psychologie des Gerüchts im Krieg*. München: Bernard & Graefe.
- Shands, Harley C. (1967): Novelty as object. in: *Archives of General Psychiatry*, 17: 1-4.
- Shibutani, Tamotsu (1966): *Improvised News*. Indianapolis/New York: Bobbs-Merrills.
- Thomas, William I. (1965): *Person und Sozialverhalten*. Neuwied: Luchterhand.