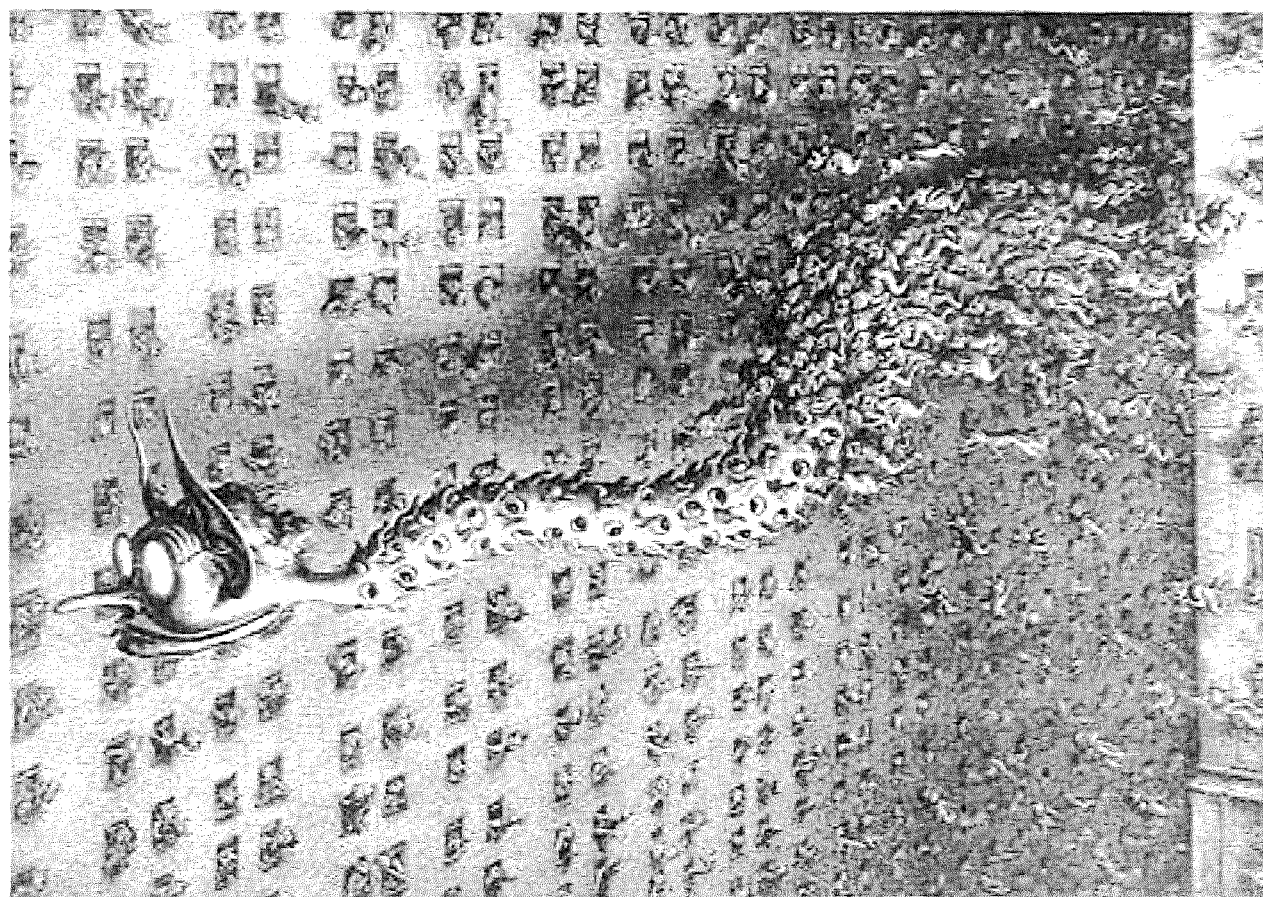


Thomas S. Eberle

Gerücht oder Faktizität? Zur kommunikativen Aushandlung von Geltungsansprüchen

- 1. Gerüchte als Gegenstand wissenschaftlicher Analyse**
- 2. Gerücht als kommunikative Gattung**
 - 2.1 Die soziale Produktion von Kitsch
 - 2.2 Die soziale Produktion von Gerüchten
- 3. Gerücht als soziale Konstruktion**
 - 3.1 Die kommunikative Aushandlung von Geltungsansprüchen
 - 3.2 Gerücht als Spezialfall der Verhandlung von Geltungsansprüchen



Gerüchte als solche zu erkennen, in Abrede zu stellen, weiterzuerzählen usw., das sind Kommunikationspraktiken, die zum Alltagsrepertoire jedes sozial kompetenten Akteurs gehören. «Gerücht» ist wie «Klatsch», «Vortrag» oder «Witz» eine Ethnokategorie, die zum selbstverständlichen Bestand des Alltagswissens gehört und dessen Kenntnis bei jedermann vorausgesetzt wird. Dies macht eine wissenschaftliche Untersuchung nicht unbedingt einfacher: Einerseits muss sie beim Sinngehalt der Ethnokategorie ansetzen, um das Phänomen nicht zu verfehlen; andererseits läuft sie aber auch Gefahr, das Phänomen bereits für geklärt zu halten, bevor es untersucht ist. So tappen auch sozialwissenschaftliche Forschungen immer wieder in die Falle, Gerüchte als etwas real Existierendes zu behandeln, statt sie als soziale Konstruktionen zu betrachten. Aus einer sozialkonstruktivistischen Perspektive wird sofort klar, dass es bei Gerüchten primär um die kommunikative Aushandlung von Geltungsansprüchen geht. Die folgenden Überlegungen sollen dies näher explizieren.

1. Gerüchte als Gegenstand wissenschaftlicher Analyse

Gerüchte werden in der Regel als etwas sehr Reales wahrgenommen: Es gibt sie, sie breiten sich aus, verschwinden wieder, tauchen plötzlich wieder auf usw. Die Allegorie von A. Paul WEBER (vgl. die Abbildung auf S. 52 in der vorliegenden Publikation) illustriert dies trefflich, in Anspielung auf zahlreiche alltägliche Redewendungen: Das Gerücht als Schlangenleib, der – Symbol der Falschheit – aus Augen und Spürnasen besteht; der am Kopf große Lauscher hat, mit denen es durch das «Spitzen der Ohren» «etwas spitzkriegen» kann, und dicke Brillengläser trägt, «durch die es alles genauestens zu sehen glaubt und doch alles nur verzerrt wahrnimmt»; schließlich hat es auch «eine große Klappe» mit «spitzer» Zunge und einen langen «Riecher», den es «in alles steckt». Dergestalt schlängelt es sich durch «die monstrengäbende, unmenschlich monotone Architektur der modernen Großstädte – aus deren Fensterlöchern die Gestalten dem Gerücht zuströmen und ihm immer neue Nahrung geben».¹ Das alltägliche Begriffsverständnis von Gerüchten ist sicherlich inhaltsleerer – WEBERS Umsetzungen von abstrakten Begriffen in

dingliche Formen werden dementsprechend als meisterhaft gelobt (ibid.) –, die *Hypostasierung von Gerüchten* als etwas real Existierendes ist jedoch gängige Praxis.

Befragt man Lexika und Wörterbücher, trifft man meist auf eine etymologische Begriffserläuterung, unmittelbar gefolgt von – meist psychologisierenden – Erklärungen der Entstehung und Verbreitung von Gerüchten. RÖHRICHs Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten diene als Beispiel:

«Das Wort «Gerücht» stammt aus dem Mittelniederdeutschen und wurde in spätmittelhochdeutscher Zeit entlehnt. Es entspricht dem mittelhochdeutschen «gerüefte», einem Verbalabstraktum zu «rufen». Es bezeichnet zunächst das rechtlich relevante Geschrei über eine Untat und sinkt dann zum bloßen «Gerede» ab. Gerüchte entstehen aus Neid, Missgunst, Unwissenheit, Vorurteil oder Bosheit, mitunter auch aus bloßem Wunschdenken. Meist tragen Unsicherheit, fehlende wirkliche Informationen und Vermutungen dazu bei. Davon verschont bleiben nichts und niemand, vgl. Klatsch.»

(RÖHRICH 2001, S. 536; Abkürzungen ausgeschrieben)

Der Informationsgehalt dieses Artikels ist klar «kundenorientiert»: Niemand interessiert sich *en détail* dafür, was das soziale Phänomen «Gerücht» ausmacht, sondern es wird in seinem heutigen Begriffsverständnis als bekannt vorausgesetzt (wenn sein Bedeutungsgehalt auch schillernd bleibt). Ein brennendes Interesse haben die Leute jedoch daran, auf welche (meist düsteren) Motive Gerüchte zurückzuführen sind, welche Faktoren zu ihrer Verbreitung beitragen und – natürlich – wie sie unter Kontrolle zu bringen sind. Die psychologisierenden Erklärungen eignen sich dabei hervorragend, die Motivzuschreibungen mit moralisierenden Schuldzuweisungen zu koppeln, liefern also gleichsam das Repertoire für die Konstitution von Sündenböcken und Tölpeln.

Wie die Ethnomethodologie eindrücklich gezeigt hat, laufen wir immer Gefahr, bei sozialwissenschaftlichen Analysen Gegenstand und Mittel zu verwechseln (ZIMMERMAN/POLLNER 1970). Nimmt man das gängige Alltagsverständnis von Gerüchten zum Ausgangspunkt der Untersuchung und fragt nach den Bedingungen der Entstehung, Verbreitung und Kontrollierbarkeit oder nach den Phasen des Lebenszyklus von Gerüchten, verwendet man «Gerüchte» als Mittel, statt sie selbst zum Gegenstand der Analyse zu machen.

Vor dieser Problemlage stand auch BERGMANN (1987) bei seiner Studie zum Thema «Klatsch»: Die wissenschaftlichen Untersuchungen waren bis dato in der Regel von einer (ans Alltagsverständnis angelehnten) nominalistischen Definition von «Klatsch» ausgegangen und hatten sich auf die Ursachen und Wirkungen von Klatschhandlungen und auf die sozialen Funktionen konzentriert, die Klatsch in menschlichen Gemeinschaften erfüllt. Auch Klatsch blieb daher immer Mittel der Untersuchung und wurde nie als eigenständiges soziales Phänomen zum Gegenstand der Analyse gemacht. Es liegt daher nahe, zunächst einen Blick auf BERGMANNs Studie zu werfen, und zwar aus zwei Gründen: Erstens sind Gerücht und Klatsch wesensverwandt, so dass sie oft gemeinsam thematisiert und abgehandelt werden (z.B. ROSNOW/FINE 1976; FINE 1985; LAUF 1990); zweitens gilt es zu prüfen, ob das Phänomen «Gerücht» auf analoge Art erforscht werden kann wie das Phänomen «Klatsch».

2. Gerücht als kommunikative Gattung

2.1 Die soziale Produktion von Klatsch

BERGMANN (1987) behandelt Klatsch erstens als rekonstruktive Gattung der alltäglichen Kommunikation und konzentriert seine Analyse zweitens auf die Beziehungsstruktur zwischen den Beteiligten (die Klatschtriade) und drittens auf die Klatschsequenz, also die interaktive Hervorbringung von Klatsch. Auf diese drei Themen sei im Folgenden kurz eingetreten, um anschließend zu prüfen, ob auch Gerüchte eine kommunikative Gattung bilden.

Schon seit längerem hat die wissenschaftliche Forschung in verschiedensten wissenschaftlichen Disziplinen versucht, Typologien und Gattungen der Kommunikation zu bilden.² In einer heuristischen Zweiteilung hat beispielsweise HYMES (1974, zit. n. BERGMANN 1987, S. 41f.) vorgeschlagen, Elementargenres (etwa Sprichwörter, Rätsel, Flüche oder Wortspiele) und komplexere Genres (etwa Predigten, Trauerrituale, Witze, biografische Erzählungen, Sagen und Legenden) zu unterscheiden. Wesentlich für eine *soziologische* Betrachtung ist es, Gattungen nicht als objektivierte linguistische Konstrukte, sondern als Strukturtypen menschlicher Kommunikation zu behandeln und sie stets im Kontext sozialer Praxis zu analysieren. Gattungen werden im

Sprechen aktualisiert: Sie zeichnen kommunikative Vorgänge zwar vor, realisiert aber werden sie im Handlungsvollzug. Der Begriff der *kommunikativen Gattung* (LUCKMANN 1986) bezeichnet *verfestigte konventionelle Handlungsmuster*, an denen sich Akteure orientieren und deren sie sich für die Kommunikation bedienen. Kommunikative Gattungen «stellen historisch und kulturell spezifische, gesellschaftlich verfestigte und formalisierte Lösungen kommunikativer Probleme dar, deren – von Gattung zu Gattung unterschiedlich ausgeprägte – Funktion in der Bewältigung, Vermittlung und Tradierung intersubjektiver Erfahrungen der Lebenswelt besteht» (GÜNTNER/KNOBLAUCH 1997, S. 282). Sie bilden den harten institutionellen Kern des «kommunikativen Haushalts einer Gesellschaft» (LUCKMANN 1987, S. 43), der wiederum das Herzstück der Kultur bildet (GÜNTNER/KNOBLAUCH 1997, S. 302).

Klatsch gehört nach BERGMANN (1987) zu den komplexeren Genres, nämlich zu den *rekonstruktiven Gattungen*, «die von der Anekdote über den Erlebnisbericht, die biografische Erzählung, Angebergeschichten und Jägerlatein, Witze, Sagen und Legenden bis zur Volkserzählung reichen und die allein schon aufgrund ihrer inneren Differenzierung und Vielfältigkeit als eigene Untergruppe ausgegrenzt werden können» (1987, S. 42). Doch was macht die Gattungshaftigkeit kommunikativer Vorgänge aus? Sie «kann sich auf rechtmäßige Teilnehmer und soziale Beziehungsmuster, auf Sprechweisen, Sprechstile und Themen, auf die situative Einbettung, die Kommunikationsmodalität und vor allem auf das interaktive Ablaufmuster beziehen» (1987, S. 55). Entscheidend für BERGMANN ist es, Klatsch zu analysieren als «Vollzug von Handlungen, die von den Beteiligten in der aktuellen Handlungssituation als *klatschspezifische Handlungen* markiert, wahrgenommen und beantwortet werden» (1987, S. 48 – Herv. d. Verf.). Klatsch ist also ein Interaktionsablauf mit beobachtbaren Regelmäßigkeiten, die von den am Klatsch Beteiligten lokal, sequenziell und situativ (re-)produziert werden. Wählen Interagierende beim Sprechen eine Gattung, unterwerfen sie sich auch den entsprechenden «Gattungsregeln» (BERGMANN/LUCKMANN 1995). Je nach den soziokulturellen, situativen und subjektiven Umständen werden diese Regeln strikt befolgt, abgeändert oder auch spielerisch variiert (LUCKMANN 1988, S. 283; GÜNTNER/KNOBLAUCH 1997, S. 283).

BERGMANN (1987, S. 61–97) arbeitet zunächst die *Klatschtriade* heraus: Klatschproduzent ist jene Person, die in einer Gesprächssituation eine

Klatschgeschichte erzählt; Klatschrezipient jene, die sich die Geschichte anhört; Klatschobjekt jene, über die geklatscht wird. BERGMANN geht davon aus, dass «Prominentenklatsch» in Zeitungen und Zeitschriften aufgrund der schriftlichen Fixierung und der andersartigen Bekanntschaftsstruktur eine eigene Gattung bilde, und konzentriert sich ausschließlich auf Klatsch in Face-to-Face-Beziehungen. Hier sind drei konstitutive Merkmale für die Handlungsfigur des Klatschobjekts kennzeichnend: Abwesenheit, Bekanntheit und Privatheit. D.h., Klatsch findet nur in Abwesenheit der beklatschten Person statt; betritt diese die Klatschsituation, verstummt ein in Gang befindliches Klatschgespräch sofort. Zweitens: Das Klatschobjekt muss beiden persönlich bekannt sein, dem Produzenten wie dem Rezipienten. Drittens wird «privates» Wissen weitergegeben; dieses ist sozial ungleich verteilt und moralisch kontaminiert. Klatsch beinhaltet eine Indiskretion, die sozial diskret, gleichsam unter vorgehaltener Hand, begangen wird. Klatsch ist daher eine Sozialform, die sich durch eine «zutiefst widersprüchliche, ja paradoxe Loyalitätsstruktur von Freundschafts- und Bekanntschaftsbeziehungen» auszeichnet (1987, S. 209).

Schließlich untersucht BERGMANN (1987, S. 99–190) die *Klatschsequenz*. Entsprechend den methodischen Prinzipien der ethnomethodologischen Konversationsanalyse wurde eine Reihe alltäglicher Klatschgespräche aufgezeichnet und transkribiert, um diese sequenzanalytisch, Redezug um Redezug, untersuchen zu können und die Interpretationen des Forschers gleichzeitig für den Leser transparent und überprüfbar zu machen. An zahlreichen kurzen Gesprächssequenzen zeigt BERGMANN auf, wie Klatschgespräche der interaktiven Grundstruktur «Klatsch-Eröffnung», «Klatsch», «Klatsch-Beendigung» folgen. Dabei zeigt sich, dass oft eine «Einladung zum Klatsch» erfolgt und Rezipienten darauf explizit Zuhörbereitschaft signalisieren, bevor die Klatschgeschichte erzählt wird; der Klatsch wird also gemeinsam produziert, von Produzent und Rezipient. Im Laufe der Analyse arbeitet BERGMANN ein «Instrumentarium der Klatschproduktion» heraus, das aus den folgenden «fünf Interpretationskomponenten des Klatschwissens» besteht (1987, S. 137ff.): 1. die Klatschgeschichte wird als mitteilungs-würdig gekennzeichnet, z.B. durch Akzentuierung des Außergewöhnlichen; 2. sie wird, trotz der Tendenz zur Übertreibung, als glaubwürdig präsentiert, wobei zahlreiche Autorisierungsstrategien eingesetzt werden;

3. aufgrund des moralisch kontaminierten Charakters wird das Klatschwissen als passiv erworbenes Wissen dargestellt; 4. nicht das Klatschwissen selbst ist von Belang, sondern dessen Kommentierung und Bewertung; 5. das Klatschwissen wird generalisiert, indem das Klatschobjekt als sozialer Typus identifiziert wird.

2.2 Die soziale Produktion von Gerüchten

Die Vermutung liegt nahe, dass auch Gerüchte eine kommunikative Gattung bilden. Wie Klatsch gehören auch Gerüchte zum festen Bestandteil des kommunikativen Haushalts unserer Gesellschaft, und man findet sie in den verschiedensten Kulturen. Um als kommunikative Gattung zu gelten, müssten sie allerdings *per definitionem* eine verfestigte, identifizierbare Struktur aufweisen.

Betrachten wir zunächst die *Beziehungsstruktur*: Auch Gerüchte werden interaktiv, lokal und situativ produziert. In einer konkreten Interaktionssituation kann man ebenfalls vom Gerüchtproduzenten und -rezipienten sprechen und analog zum Klatschobjekt vom Gerüchtthema (da es oft um Sachverhalte, nicht nur um Personen geht). Beschränkt man sich auf diesen Forschungsfokus, geht allerdings ein *konstitutives Merkmal von Gerüchten* unter, nämlich ihr *kollektiver Charakter*. Gerüchte werden typischerweise *kettenförmig* weitererzählt (Bysow 1928). Betrachtet man eine solche soziale Kette, so fällt der Blick auf den Urheber des Gerüchts, der im Format des «Hörensagens» typischerweise nicht identifiziert (und oft nicht identifizierbar) ist. Jeder, der das Gerücht dann weitererzählt, ist ein Vermittler – und insofern ein Mitproduzent, als auch er das Gerücht am Leben erhält. Das englische Wort «*romourmonger*» bezeichnet denn auch beides: den Gerüchtemacher wie den Gerüchtehändler. Analog bedeutet die deutsche Redensart «in der Gerüchteküche mitmischen», sowohl zum Entstehen eines Gerüchts beizutragen als auch seine Verbreitung zu fördern (RÖHRICH 2001, S. 536). Die Kettenstruktur des Gerüchteerzählens lässt sich erst erkennen, wenn man den mikrosoziologischen Fokus verlässt und die einzelnen Interaktionssituationen in ihrem Zusammenhang untersucht. Damit öffnet sich der Blick auch auf die sozialen Verkehrskreise und die Sozialstruktur, welche die Verbreitungskanäle bestimmen. Dank der erweiterten Perspektive kann auch erklärt werden, warum Gerüchte weiterleben (nämlich bei neu rekrutierten

Produzenten und Rezipienten), selbst wenn sie bei den Urhebern oder den Erstvermittlern längst *ad acta* gelegt wurden.

Um als kommunikative Gattung zu gelten, müsste das Erzählen eines Gerüchts nun aber *per definitionem* einer identifizierbaren *interaktiven Regelstruktur* folgen. In Analogie zu BERGMANN'S «Klatschinstrumentarium» müsste man aus alltäglichen Gesprächssequenzen gleichsam ein «Instrumentarium für die interaktive Herstellung von Gerüchten» extrahieren können. Zentral ist dabei die Frage, *ob ein Gerücht in der Interaktion als Gerücht markiert und wahrgenommen wird*. Dies kann ohne weiteres der Fall sein. Man kann beispielsweise explizit formulieren, dass es sich bei einer Aussage um «Hörensagen» oder, noch deutlicher, um «ein Gerücht» handelt: «ich habe gehört, dass ...»; «es ist mir zu Ohren gekommen, dass ...»; «es wurde mir zugetragen, dass ...»; «man hat mir erzählt, dass ...» bis hin zu: «Es gibt Gerüchte, die besagen ...»; «ich habe kürzlich folgendes Gerücht gehört ...»³ Eine weitere Markierungsmöglichkeit besteht darin, die Aussage im Konjunktiv zu erzählen; die Proposition kann dabei für sich stehen oder mit den angeführten Einleitungsformeln oder weiteren Präsequenzen – z.B. «weißt du schon das Neueste?» – verwendet werden. Schließlich kann auch durch nonverbale Mittel, wie Mimik, Gestik, Prosodik usw., ausgedrückt werden, dass es sich beim Erzählten lediglich um Hörensagen handelt. Durch solche Markierungen, die einzeln oder in Kombination miteinander vorgenommen werden können, schränkt die kommunizierende Person den mit ihrer Aussage verbundenen Geltungsanspruch von vornherein ein, macht also ein Gerücht (mehr oder weniger) als solches kenntlich.

Eine andere Situation liegt vor, wenn die kommunizierende Person überzeugt ist – oder es wenigstens so ausdrückt –, die Sachverhaltsdarstellung sei wahr. Der Rezipient hat dann verschiedene Optionen: Er kann den Geltungsanspruch akzeptieren, die Proposition also als Tatsache hinnehmen oder zumindest dahingestellt lassen. Oder er kann die Aussage bezweifeln (verbal wie nonverbal, z.B. durch ein «ungläubiges Gesicht») oder sie offen in Abrede stellen. In welchen Interaktionsformen sich solche Aushandlungen von Geltungsansprüchen im Einzelnen vollziehen und welche Praktiken dabei angewandt werden, könnte durch konversationsanalytische Studien erforscht werden. Darauf kann im Folgenden verzichtet werden. Fassen wir stattdessen nochmals die *Verkettung der Interaktionssituationen* ins Auge. So kann Person

A beispielsweise eine Proposition als Gerücht markieren, Person B erzählt sie aber als Tatsache weiter. Oder Person A stellt etwas als Tatsache dar, Person B jedoch beschreibt sie mit explizit eingeschränktem Geltungsanspruch. Bei beiden kann aus dem beobachtbaren Verhalten in der Interaktionssituation X nicht geschlossen werden, wie sie sich in Interaktionssituation Y verhalten werden. Sie mögen sich bereits in Interaktionssituation X zum Gesagten ihre eigenen Gedanken gemacht haben, ohne diese zu äußern, oder sie überdenken die Sache in der Zwischenzeit, erhalten zusätzliche themenrelevante Informationen usw. Dasselbe gilt für die Personen C, D, E ... Z.

Das *entscheidende konstitutive Merkmal von Gerüchten* im alltäglichen Begriffsverständnis ist ihre *ungesicherte oder fragwürdige Geltung*. Sobald sich ein Gerücht als wahr herausstellt, ist es kein Gerücht mehr. Angesichts der Kettenstruktur des Gerüchteerzählens drängt sich die Frage auf, ob denn ein Gerücht allein schon dadurch zur Tatsache werde, dass es jemand für wahr hält? Im Anschluss an das THOMAS-Theorem ist diese Frage vorsichtig zu bejahen: Das, was die Leute für real halten, ist auch real in seinen Konsequenzen (THOMAS 1967). Für den, der eine Information für wahr hält, ist sie eben kein Gerücht. Damit kommen wir auch der Antwort auf die Frage, ob «Gerücht» eine kommunikative Gattung sei, einen Schritt näher: Eine identifizierbare Struktur liegt dann vor, wenn eine Information, wie dargelegt, interaktiv als Gerücht markiert wird. Die vielfältigen Erscheinungsformen von Gerüchten (vgl. BRUHN, in diesem Band, Schaubild 1) legen allerdings die Vermutung nahe, dass es auch eine Vielzahl unterschiedlicher interaktiver Markierungen gibt und es sich bei Gerüchten nicht um *eine* kommunikative Gattung, sondern eher um eine *Gattungsfamilie* handelt. Unsere Überlegungen haben zudem gezeigt, dass man die Strukturelemente von Gerüchten nicht allein in der Interaktionssequenz auffindet. Eine mit eingeschränktem Geltungsanspruch markierte Information zwischen Person A und B macht diese noch nicht zu einem Gerücht. Konstitutiv für diese Gattungsfamilie ist ebenso ihr *kollektiver Charakter*: Gerüchte müssen sich kettenförmig oder schneeballartig über einen Sozialraum verbreiten.

3. Gerücht als soziale Konstruktion

Gerüchte sind soziale Konstruktionen (unter anderen). Welche Geltungsansprüche damit verbunden werden, ist eine empirische Frage. Für die Soziologie ist es spannend zu untersuchen, wie Geltungsansprüche gesellschaftlich aktualisiert und ausgehandelt werden. Im Folgenden soll dies näher analysiert werden, indem erstens die Kategorie der Geltungsansprüche präzisiert wird, zweitens einige Aspekte des kommunikativen Aushandlungsprozesses auf der Ebene von Face-to-Face-Interaktionen und drittens auf der Ebene massenmedialer Kommunikation betrachtet werden. Abschließend wird die Problematik der Verifizierung von Sachverhaltsdarstellungen in einer generalisierten Form diskutiert.

3.1 Die kommunikative Aushandlung von Geltungsansprüchen

3.1.1 Typen von Geltungsansprüchen

Der Begriff «Geltungsanspruch» stammt von APEL und wurde von HABERMAS in die soziologische Diskussion eingeführt. In seiner *Theorie des kommunikativen Handelns* unterscheidet HABERMAS (1981) drei Typen von Geltungsansprüchen, die er im Anschluss an POPPERS Drei-Welten-Theorie entwickelt. Letztere löst er jedoch von ihren ontologischen Konnotationen und ersetzt sie durch einen konstitutionstheoretischen Begriff von Welt. Auf dieser Grundlage entwickelt er ein Bezugssystem von drei formalen, gleichursprünglichen Weltkonzepten, das Sprecher und Hörer im verständigungsorientierten Handeln zu einem Interpretationsrahmen integrieren:

- die *objektive* Welt als die Gesamtheit aller Entitäten, über die wahre Aussagen möglich sind;
- die *soziale* Welt als die Gesamtheit aller legitim geregelten interpersonalen Beziehungen;
- die *subjektive* Welt als die Gesamtheit der privilegiert zugänglichen Erlebnisse des Sprechers (HABERMAS 1981, S. 152ff.).

Jedem dieser formalen Weltkonzepte entspricht ein Geltungsanspruch, der reflektiert und kommunikativ verhandelt wird:

- *Wahrheit* für Aussagen und Existenzpräsuppositionen;

- *Richtigkeit* für legitim geregelte Handlungen und deren normativen Kontext
- *Wahrhaftigkeit* für die Kundgabe subjektiver Erlebnisse (HABERMAS 1981, S. 152ff.).

HABERMAS' Theorie des kommunikativen Handelns ist zu Recht kritisiert worden: Sie bleibt zu sehr im Korsett der Sprechakttheorie verwurzelt (KNOBLAUCH 1995, S. 32ff.). Trotzdem liefern die Unterscheidungen der drei analytischen Geltungsansprüche geeignete Strukturierungshilfen für unsere Diskussion, und sei es nur in Form eines heuristischen Schemas. Dabei soll im Auge behalten werden, dass sich die Geltungsansprüche auch durchaus vermischen können: GARFINKEL (1967) hat in seinen Inkongruitätsexperimenten nachgewiesen, dass Gesellschaftsmitglieder recht unwirsch reagieren können, wenn andere nicht dasselbe Verständnis der «objektiven Welt» an den Tag legen wie sie selbst – natürliche Tatsachen sind gleichzeitig moralische Tatsachen.

3.1.2 Aushandlungen auf der Ebene von Face-to-Face-Interaktionen

Die kommunikative Aushandlung von Geltungsansprüchen auf der Ebene von Face-to-Face-Interaktionen wurde bereits andiskutiert. Für den einen ist eine Information ein Gerücht, für den andern eine Tatsache. Je nach dem biografisch bestimmten Wissensvorrat und dem subjektiven Relevanzsystem der betreffenden Person wird eine Proposition als mehr oder weniger glaubwürdig eingeschätzt und der Geltungsanspruch entsprechend abgestuft. Erst Kommunikation eröffnet die Chance, die unterschiedlichen Einschätzungen sozial erkennbar zu machen und Geltungsansprüche gesellschaftlich auszuhandeln. Diese Aushandlungsprozesse empirisch zu untersuchen ist Aufgabe der Interaktionsforschung.

Bei Gerüchten scheint sich alles primär um den Geltungsanspruch *Wahrheit* zu drehen; stellt sich ein Gerücht als wahr heraus, ist es kein Gerücht mehr. Die anderen beiden Geltungsansprüche sind jedoch genauso wichtig, denn meist ist man selbst nicht in der Lage, den Wahrheitsgehalt einer Information empirisch zu überprüfen. Man wird daher auch die Vertrauenswürdigkeit des Überbringers der fragwürdigen Nachricht beurteilen. Dabei geht es einerseits um die Frage, welche Sachkenntnis er besitzt und in welche

Sozialräume sein persönlicher Bekanntenkreis reicht. Vor allem geht es aber auch um seine *Wahrhaftigkeit*, die bei Bedarf bzw. Interesse beurteilt wird a) anhand der Kongruenz (bzw. Diskrepanz) zwischen Botschaften auf der verbalen und Botschaften auf der nonverbalen Ebene (*Double binds*: aus dem Erröten wird beispielsweise geschlossen, dass der andere lügt) und b) anhand der Konsistenz (bzw. Inkonsistenz), die wir zwischen den Verhaltensweisen derselben Person über verschiedene Situationen hinweg beobachten.⁴ Beurteilt wird aber stets auch die *Legitimität* (Richtigkeit) menschlicher Handlungsweisen im Licht mannigfaltiger normativer Erwartungen, sowohl was die Interaktionssituation als auch was die berichtete Information anbelangt. So lautet beispielsweise ein britisches Sprichwort: *Don't listen to rumour!* Wer es trotzdem tut, macht sich moralisch und charakterlich verdächtig. Ähnlich meint die deutsche Redewendung «einem bloßen Gerücht Glauben schenken»: etwas für wahr halten, leichtgläubig sein, etwas ohne Prüfung hinnehmen (RÖHRICH 2001, S. 536). Wer leichtgläubig ist, ist nicht vertrauenswürdig, selbst wenn er wahrhaftig ist. Auf «Schwätzer» und «Plapperer» ist kein Verlass.

3.1.3 Aushandlungen auf der Ebene massenmedialer Kommunikation

Nach diesen lediglich kursorischen theoretischen Überlegungen sollen im Folgenden einige *konkrete Beispiele von Gerüchten* betrachtet werden, über die in *Zeitungen* berichtet wurde. Damit setzen wir uns scheinbar ab von der klassischen Definition von Gerücht durch ALLPORT & POSTMAN (1947, S. ix), die auch FINE (1985, S. 223) verwendet: Ein Gerücht ist «a specific (or topical) proposition for belief, passed along from person to person, usually by word of mouth, without secure standards of evidence being presented». Obwohl viele Gerüchte auch heute noch von Mund zu Mund verbreitet werden, erscheint diese Definition angesichts der Bedeutung, die die Medien für die Wirklichkeitskonstruktionen heutiger Gesellschaften haben, etwas antiquiert: Es gibt wohl kaum ein gesellschaftlich wichtiges Gerücht, über das in den Massenmedien nicht berichtet wird; auch BREDNICH (1990) «moderne Sagen», die angeblich alle in der Form von «*friend-of-a-friend tales*» die Runde machen, lassen sich fast ausnahmslos in Zeitungen und Zeitschriften nachlesen (nicht als «*f.o.a.f.-tales*», sondern als «Nachrichten»). Immer mehr verbreiten sich Gerüchte – wie auch andere Informationen – über neue Medien, wie Internet oder SMS.

Es sei vorausgeschickt, dass die Unterschiede zwischen mündlicher Kommunikation und schriftlichen Fixierungsformen sorgfältig beachtet werden müssen. BERGMANN (1987, S. 54) Bedenken in Bezug auf Klatsch in den Massenmedien gelten analog für Gerüchte: «... in der Modalität der Schriftlichkeit können sich soziale Bedeutung und Funktion von Äußerungen auf radikale Weise ändern, und zwar, wie Georg SIMMELS Bemerkungen zur Soziologie des Briefes zeigen, gerade in einem Bereich, der für den Klatsch eine zentrale Rolle spielt: dem Verhältnis von Bestimmtheit und Vieldeutigkeit, von Offenbaren und Verschweigen.» Werden schriftliche Gerüchte in einem *öffentlichen Organ* publiziert, kommen weitere Faktoren hinzu: Erstens geht die Kettenstruktur verloren; jedermann kann direkt den Zeitungsartikel lesen, statt sich auf mündliches Gerede zu verlassen. Zweitens unterliegen Massenmedien einer weitaus effektiveren und engmaschigeren sozialen Kontrolle: Da sie der Ethik wahrheitsgetreuer Berichterstattung verpflichtet sind, schaden Falschmeldungen ihrem Ruf; zudem können sie für üble Nachrede gerichtlich zur Rechenschaft gezogen werden.

In den Zeitungen begegnet man dem Begriff «Gerücht» fast täglich. In der Regel bezeichnet er eine nicht näher explizierte mündliche Kommunikation, die der Definition von ALLPORT & POSTMAN (1947) treffend entspricht. Es gilt daher zu unterscheiden, ob Massenmedien Gerüchte weiterverbreiten, die bereits zuvor in Umlauf waren, oder ob sie selbst welche in Umlauf setzen (dazu später). Wann immer der Begriff «Gerücht» in Zeitungen Verwendung findet, geht es jedenfalls stets um die Verhandlung von Geltungsansprüchen. Dies möchte ich im Folgenden anhand einiger Beispiele demonstrieren.

Beispiel 1

«Der Favorit für die Präsidentschaftskandidatur der US-Demokraten, John KERRY, hat einen Bericht über eine angebliche Affäre mit einer jungen Frau zurückgewiesen. Ich dementiere das kategorisch. Das sind Gerüchte. Sie sind falsch.»

(St. Galler Tagblatt, 7.2.2004)

Die Zeitung kolportiert hier die Affäre und verkoppelt sie gleichzeitig mit KERRYS Dementi. Indem KERRY den besagten Bericht als «Gerüchte» und als «falsch» bezeichnet, spricht er ihm jeglichen Wahrheitsgehalt ab. Der Ge-

rüchtebegriff wird hier also rhetorisch-strategisch verwendet, nämlich um die Sachverhaltsdarstellung als kontrafaktisch zu kennzeichnen, und zwar in einem logischen Dreischritt: a) der Bericht enthält keine Beweise, ist also bloß ein Gerücht; b) KERRY weiß wie kein anderer, was in Bezug auf KERRY Fakt ist; c) er erklärt, dass der Bericht falsch ist. Ein altes Diktum der «Kunst des Skandals» (SCHÜTZE 1967) besagt zwar, dass ein kategorisches Dementi einen öffentlichen Skandal fast unweigerlich heraufbeschwöre: Die Riege der Sensationsjournalisten werde nichts unversucht lassen, Belege für die angebliche Affäre aufzuspüren – und dabei womöglich (auch) andere Peinlichkeiten auffinden. Wie schwierig es später werden kann, sich angesichts neuer «Fakten» durch Begriffsklaubereien herauszuwinden, hat Bill CLINTON der verwunderten Weltöffentlichkeit mit seiner etwas überraschenden Präzisierung, was er mit «Sex» meine, eindrücklich vorgeführt. Ob KERRYS Strategie diesmal aufgeht, wird davon abhängen, ob jemand plausibel machen kann, dass er doch eine Affäre hatte. Da es um die Rekonstruktion von (angeblich) abgelaufenen Handlungsvollzügen geht, steht die Wahrheit der Aussagen zur Debatte. Dass außereheliche Liebesaffären unmoralisch sind, steht außer Frage; es liegt ein klarer Verstoß gegen gesellschaftlich institutionalisierte Normen vor. Im konkreten Fall würde – besonders da es sich um moralische und nicht um juristische Normen handelt – das Ausmaß der Verwerflichkeit der begangenen Handlungen sicherlich abwägend diskutiert und unterschiedlich gewichtet (und im Kontext der amerikanischen Gesellschaft wohl als gravierender eingestuft als in europäischen Ländern, und im Fall eines Kandidaten für die Präsidentschaft wohl strenger beurteilt als bei einem gewöhnlichen Bürger). Je schlimmer der angebliche Normenverstoß eingeschätzt wird, desto größer ist wohl auch das öffentliche Interesse an einer «objektiven» Aufklärung des «wahren» Sachverhalts. Bis dahin kann man sich dem «Fall» gegenüber indifferent verhalten, oder man verlässt sich auf die subjektive Einschätzung der Wahrhaftigkeit des Präsidentschaftsanwärters: Traut man ihm zu, dass er ein Ehebrecher und Lügner ist? Welche Anzeichen sprechen dafür, welche dagegen?

Auch bei diesem Beispiel sind wiederum alle drei Geltungsansprüche im Spiel. Alle drei können getrennt thematisiert werden, stehen aber untereinander in einem engen Zusammenhang. Können beispielsweise Belege bei-

gebracht werden, die eine Affäre KERRYS mit einer jungen Frau «beweisen» oder zumindest plausibilisieren, wird er auch gleichzeitig als Lügner entlarvt. Da er zuvor dementiert hatte, steht seine Wahrhaftigkeit nun ernsthaft in Frage. Und gleichzeitig liegt ein neuer Normenverstoß vor: Die Öffentlichkeit zu belügen gilt – wie uns ebenfalls die LEWINSKY-Affäre CLINTONS gezeigt hat – bei amerikanischen Präsidenten als weit gravierendere Regelverletzung als eine außereheliche Liebesaffäre. Im umgekehrten Fall – wenn also keine Belege für die Affäre vorgelegt werden – kann sich KERRY auf die juristischen Normen des Persönlichkeitsschutzes berufen und Klage wegen Verleumdung einreichen. Ohne glaubwürdige Beweise muss die Anschuldigung widerrufen werden. *De iure* gilt damit der Bericht als unbewiesen, die unmoralische Handlung als nicht begangen und die Wahrhaftigkeit des Beschuldigten unangetastet. Das *in dubio pro reo* gilt allerdings nur fürs Gericht. Es gehört zur Charakteristik des Alltags, dass die meisten Geschichten gerade nicht bewiesen werden, auch wenn sie mit dem Geltungsanspruch «Wahrheit» erzählt werden. Ob Alltagshandelnde einem Gerücht Glauben schenken, hängt von ihren subjektiven Einschätzungen der Plausibilität der berichteten Geschichte und der Glaubwürdigkeit des Erzählers und seiner Quellen ab. Und es bleibt jedem unbenommen, trotz des juristischen «Freispruchs» an der Integrität des (vormals) Beschuldigten zu zweifeln und ihm potenziell unmoralisches Verhalten zuzuschreiben. Das Phänomen «Gerücht» zeigt ja gerade, dass oft auch Informationen von zweifelhaftem Wahrheitsgehalt weiter erzählt werden. Entsprechend können sich Zeitungen, die solche Berichte wie jenen über KERRYS angebliche Liebesaffäre abdrucken, juristisch dadurch absichern, dass sie sich explizit auf «Gerüchte» berufen. Nicht mehr die Liebesaffäre muss dann bewiesen werden – der Geltungsanspruch «Wahrheit» reduziert sich allein auf die Frage, ob es entsprechende Gerüchte gibt.

Beispiel 2

In den folgenden Fällen geht es nicht um die Rekonstruktion vergangener, sondern um die *Antizipation zukünftiger Handlungsvollzüge*. Vor allem in Bereichen, wo laufend Entscheidungen unter Risikobedingungen getroffen werden müssen, wie in Wirtschaft und Politik, werden Praktiken zur Kontingenzbewältigung entwickelt. Dazu gehört etwa, die Gegenwart zu lesen, um die Zukunft abschätzen zu können (GROSS 1999). Einen Schlüssel dazu bil-

den die erklärten Absichten und Handlungsziele konkreter Akteure, z.B. der Geschäftsleitungsmitglieder großer Unternehmen. Es mag gelingen, solche Intentionen über Insider in Erfahrung zu bringen; oft genug muss man sich aber damit begnügen, aus einer Reihe von Anzeichen auf mögliche Absichten zu schließen. Dies mag folgendes Beispiel illustrieren:

«Anlass für die jüngsten Spekulationen über eine Ablösung ACKERMANNs waren Gerüchte, die Deutsche Bank wolle die Postbank übernehmen.»

(St. Galler Tagblatt vom 13.5.2004)

Von ACKERMANN, dem derzeitigen CEO der Deutschen Bank, wusste man (angeblich), dass er eine andere Strategie befürwortet. Die Übernahme der Postbank und seine Ablösung konnten daher in einem inneren Zusammenhang «gelesen» werden. Was mit «Gerüchten» gemeint ist, wie sie entstanden und sich verbreitet haben, wird wiederum nicht näher erläutert – der entsprechende kommunikative Prozess bleibt typischerweise im Dunkeln. Die Wahrscheinlichkeit, mit der das vermutete Szenario eintreffen könnte, wird jedoch durch *Pro- und Kontra-Argumente* eingeschätzt:

«Das Unternehmen mit 11,5 Mio. Kunden und 13 000 Filialen würde ideal zur Deutschen Bank passen, das vernachlässigte Geschäft mit Kleinkunden aufwerten und der Deutschen Bank wieder eine (nationale) Identität geben, argumentieren die Befürworter. ACKERMANN dagegen hatte sich für eine europäische Fusion ausgesprochen. (...) Gegen eine Ablösung des Schweizer Bankiers spricht, dass sich der Verwaltungsratschef Rolf BREUER am Wochenende demonstrativ hinter ACKERMANN stellte. Gegen einen Kauf der Postbank wiederum spricht, dass die Deutsche Bank zusammen mit Morgan Stanley Konsortialführerin beim Börsengang der Postbank ist, also Insiderwissen besitzt, was für einen Kauf rechtliche Probleme aufwerfen könnte.»

(St. Galler Tagblatt vom 13.5.2004)

Da die Gerüchte lediglich *angebliche Absichten* beschreiben, wird erst die Zukunft zeigen, ob sich die Intentionen in entsprechenden Handlungsvollzügen materialisieren. Inzwischen ist man auf Spekulationen angewiesen. Je nach persönlichem Sachverstand auf dem jeweiligen Gebiet werden die Argumente als mehr oder weniger plausibel gewertet und die Glaubwürdigkeit

der Quellen als höher oder geringer eingestuft und, falls man selbst konkrete Konsequenzen zieht, entsprechende Entscheidungen getroffen (z.B. spekulativer Aktienkauf oder -verkauf).

Beispiel 3

Prognosen sind bekanntlich, wie Mark TWAIN (angeblich) sagte, ein schwieriges Geschäft, besonders wenn sie sich auf die Zukunft beziehen. Aus Kontexten auf Handlungsintentionen und von diesen auf zukünftige Handlungsvollzüge zu schließen bleibt ein heikles Unterfangen. Gerade im Entwurfsstadium zukünftiger Aktionen werden in der Regel verschiedene Optionen evaluiert, und manchmal werden bestimmte Absichten kommuniziert, die man eigentlich gar nicht realisieren will, sondern lediglich äußert (oder gleichsam androht), um andere Akteure umzustimmen. Wenn Gerüchte zukünftige Handlungen antizipieren, kann ihr *Wahrheitsgehalt erst retrospektiv*, nämlich im Moment des aktuellen Handlungsvollzugs bestimmt werden:

«Lange ein Gerücht, jetzt eine Tatsache: Martin WALSER verlässt den Suhrkamp-Verlag und wechselt zu Rowohlt.»

(*Tages-Anzeiger* vom 28.2.2004)

Gerüchte können sich als falsch herausstellen, sie können sich aber auch bestätigen. Dann sind sie keine Gerüchte mehr, sondern Faktizität.

Beispiel 4

Eine Zwischenform zwischen den Spekulationen über die wahrscheinlichsten Handlungsintentionen von Akteuren und der Faktizität künftiger Handlungsvollzüge bilden *offizielle Stellungnahmen*. Solche erwartet man von Regierungs- und Verwaltungsstellen wie auch von Geschäftsleitungen großer Unternehmen. Offizielle Stellungnahmen bilden eine weitere Praktik der Kontingenzbewältigung, indem sie eine interessierte Öffentlichkeit aufklären über Pläne und Politiken, über gefällte Entscheidungen und deren Konsequenzen, über relevante Sachverhalte und unvorhergesehene Ereignisse usw. Die Zukunft wird damit etwas berechenbarer, denn aufgrund des Wahrheitskriteriums und der Norm der Verlässlichkeit wird erwartet, dass sich Politiker und Manager an die gemachten Aussagen halten werden.

Umgekehrt werden Unzufriedenheit und Unmut artikuliert, wenn Organisationen «die Gerüchteküche brodeln lassen»:

«Novartis lässt die Gerüchte brodeln. Plötzlich glauben alle zu wissen, dass sich die Basler mit Aventis zusammuntun. Doch neue Fakten sucht man vergeblich. (...) Warum verzichtet Novartis auf ein klares Dementi und nimmt in Kauf, dass der Kurs weiter abbröckelt? (...) BURGERMEISTER vermutet taktisches Kalkül: «nur wenn man sich ernsthaft interessiert zeigt, kommt Novartis an die entscheidenden Informationen von Aventis heran.»

(*Tages-Anzeiger* vom 13.3.2004)

Die journalistische Erörterung macht – einmal mehr – deutlich, dass Kommunikation auch im vorliegenden Fall ein mikropolitisch Spiel ist, in dem mannigfaltige Interessen involviert sind und berücksichtigt werden wollen; zu einem gegebenen Zeitpunkt müssen daher immer Entscheide für oder gegen öffentliche Stellungnahmen getroffen werden.

Beispiel 5

Wie sehr die offizielle Kommunikationstätigkeit eines Unternehmens durch *juristische Normen* beeinflusst (sprich: behindert) werden kann, zeigt das «Trauerspiel Adecco»:

«Der Fall Adecco entwickelt sich zum Paradebeispiel eines globalisierten Unternehmens, dessen Führung – Management und Verwaltungsrat – in panischer Angst vor den Folgen nicht mehr richtig kommuniziert und nur noch von einer Krise in die andere taumelt. (...) Mit den aufgedeckten Fehlern und der Verschiebung des Jahresabschlusses auf unbestimmte Zeit ist Adecco zur Geisel des US-Rechtssystems und seiner Anwälte geworden. Aus Angst vor Klagen wegen unwahrer oder irreführender Angaben hüllt sich das Unternehmen lieber in Schweigen, als Gerüchte zu klären.»

(*Tages-Anzeiger* vom 25.2.2004)

Auch hier kritisiert der Kommentator die unzureichende Kommunikation der Geschäftsleitung, welche die Produktion und Verbreitung von Gerüch-

ten fördere. Zugleich zeigt er Verständnis für die Zurückhaltung der Manager und rügt das amerikanische Rechtssystem – konkret die Institution der Sammelklagen – als ausschlaggebenden, strukturellen Grund.

Fassen wir zusammen: Jedes der angeführten Beispiele operiert mit der *Unterscheidung von Gerücht und Faktizität*. Durch die Typisierung von Informationen als «Gerücht» wird markiert, dass ihr Wahrheitsgehalt ungewiss ist. In keinem der Beispiele wird der soziale Prozess der Bildung und Verbreitung von Gerüchten beschrieben – er bleibt stets im Dunkeln. Jedes Mal geht es jedoch um die *Verhandlung von Geltungsansprüchen*.⁵ In Bezug auf das Kriterium «Wahrheit» können Gerüchte als mehr oder weniger wahrscheinlich eingeschätzt werden, und sie können sich später als «wahr» oder als «falsch» herausstellen. Dabei ist zu unterscheiden, ob sich ein Gerücht auf vergangene oder auf zukünftige Handlungsvollzüge bezieht. Geht es um vergangene Ereignisse, so stellt sich die Frage, ob es sich um eine Tatsache oder eine unwahre Sachverhaltsdarstellung handelt. Mit der entsprechenden Überprüfungsarbeit kann sofort begonnen werden. Geht es um zukünftige Handlungsvollzüge, muss abgewartet werden, bis eine der gegenwärtig in Betracht gezogenen Handlungsoptionen im künftigen Entscheidungsprozess selektioniert und später in konkrete Handlungen umgesetzt wird – der «Wahrheitsgehalt» des betreffenden Gerüchts kann daher erst retrospektiv bestimmt werden. Faktizität im gegenwärtigen Zeitpunkt kann sich darauf beziehen, ob besagte Handlungsabsichten wirklich bestanden haben oder nicht, d.h. ob sie tatsächlich kommuniziert worden sind oder nicht und in welchem Kreis (in Organisationen z.B. an einem Strategiemeeting). Solches zu verifizieren ist allerdings schwierig. Gerade gesellschaftliche Herrschaftszentralen versuchen durch eine offizielle Kommunikationspolitik bewusst zu steuern, was nach außen dringt. Indiskretionen und Insidertipps sind Normenverstöße; sie kommen aber immer wieder vor und bilden das Substrat dessen, was als «Gerücht» gehandelt wird.

Der Ruf nach offiziellen Stellungnahmen ist daher verständlich, sowohl in Bezug auf Personen (beispielsweise KERRY) als auch in Bezug auf Organisationen, seien es öffentlich-rechtliche oder privatwirtschaftliche. KAPFERER (1996) geht in seiner Analyse von Gerüchten so weit, Gerüchte nicht primär als «unverifizierte Information», sondern als «*inoffizielle Information*» zu definieren. Er verpasst es allerdings zu erläutern, wie sich «offizielle Information»

(als Kontrastfolie) konstituiert. Gemäß FINE ist mit dieser Fokusverschiebung nichts gewonnen:

«Isn't the official source also the source of <verification>? In other words, when a government spokesperson announces something, by the act of announcing they have also verified it. No one has ever claimed that verified information is <true>, but its official quality and its verification cohere.»

(FINE 1991, S. 466)

FINES Argumentation überrascht in zweierlei Hinsicht: zum einen insofern, als er offizielle Information mit verifizierter Information gleichsetzt, zum anderen, weil er Verifikation von Wahrheit trennt. Mit der Unterscheidung der drei Typen von Geltungsansprüchen kann die Problemlage präziser beschrieben werden. Danach bezieht sich «Verifikation» immer auf den Geltungsanspruch «Wahrheit». Dass offizielle Stellungnahmen von einem großen Teil der Bevölkerung als «wahr» hingenommen werden, hängt mit ihrem Vertrauen in die Wirksamkeit der sozialen Kontrolle bezüglich der normativen Erwartungen zusammen, die an solche Verlautbarungen geknüpft werden: dass offizielle Stellen immer die Wahrheit sagen müssen und dass die Inhaber offizieller Ämter wahrhaftig sein sollen. Entsprechend eifrig werden die Geltungsansprüche Wahrheit, Legitimität und Wahrhaftigkeit in den Massenmedien verhandelt. Bei signifikanten Verstößen wird stets die Forderung erhoben, dass «Köpfe rollen». Das Ausmaß des Vertrauens, welches offiziellen Stellungnahmen entgegengebracht wird, hängt allerdings von den Erfahrungen ab, die man damit in der Vergangenheit gemacht hat: Es ist groß, wenn die entdeckten Abweichungen selten sind, und entsprechend klein, wenn Normenverstöße öfters vorgekommen oder gar die Regel sind.

3.2 Gerücht als Spezialfall der Verhandlung von Geltungsansprüchen

Die Unterscheidung von Gerücht und Faktizität setzt wirksame und *praktikable Verifikationsverfahren* voraus. Ist Verifikation überhaupt möglich, und wie wird sie praktiziert? Im Bereich der Wissenschaftstheorie schlug Karl POPPER (1975) vor, Verifikation durch Falsifikation zu ersetzen. Verifikationen im strengen Sinn seien nicht möglich; Propositionen könnten nur vor-

läufige Geltung beanspruchen – nämlich so lange, bis sie falsifiziert werden. Bedeutend radikaler gebärden sich die postmodernen Vertreter des Sozialkonstruktivismus: Sie halten die Vorstellung einer objektiv gegebenen Welt für eine Illusion; vielmehr konstruieren wir diese Welt auf der Grundlage unserer Sprache und der in ihr enthaltenen kulturellen Perspektiven. Daher kann diese Welt grundsätzlich auch anders konstruiert werden. Jede «Wahrheit» ist infolgedessen sprach- und kulturell relativ. Daraus wird die Schlussfolgerung gezogen, dass die Wissenschaft von vornherein auf die Begriffe «Wahrheit» und «Objektivität» verzichten und lernen soll, mit multiplen Perspektiven zu leben (GERGEN 2001). Damit wird implizit auch die Unterscheidung von Gerücht und Faktizität problematisiert: Wenn es stets mehrere «praktikable» Wirklichkeitskonstruktionen gibt, dann kann die eine nicht als «wahr» und die andere als «falsch» gelten. Etwas zugespitzt lässt sich daher fragen: Gibt es überhaupt Fakten, oder ist alles ein Gerücht?

Wirft man einen Blick auf die Verifikationsverfahren der Sozialwissenschaften, so entdeckt man rasch einmal deren Grenzen. Diese können mit einem einfachen heuristischen Schema von WALTER-BUSCH (1977, S. 219ff.) präzisiert werden: Bei «Faktenbegriffen» fällt es relativ leicht, einen Konsens darüber zu erzielen, was empirisch gemeint ist (z.B. Mann/Frau, Erwachsener/Kind, Alter, Einkommen usw.). Bei «Kernbegriffen» wurde ein Verfahren institutionalisiert, sie zu messen (z.B. IQ-Test, Bruttosozialprodukt, usw.); trotzdem entstehen immer wieder Diskussionen über ihre Validität, also darüber, ob sie wirklich das messen, was man messen will. Bei «Grundbegriffen» gibt es demgegenüber keinen Konsens über ihre Operationalisierung und über das richtige Messverfahren; ihre Semantik wird auch von ganz unterschiedlichen paradigmatischen Prämissen geprägt. Empirisch verifizieren kann man daher nur Aussagen über relativ einfach strukturierte «Fakten». Geht es um Propositionen mit komplexeren Begriffen (Kernbegriffen) oder anspruchsvollere theoretische Argumentationen (mit Grundbegriffen), haben sozialwissenschaftliche Aussagen immer einen Bedeutungsüberschuss oder, anders ausgedrückt, ein sozialempirisches Begründungsdefizit (WALTER-BUSCH 1977, S. 219ff.). Die Folge ist, dass man von der sozialwissenschaftlichen Forschung zu allen einschlägigen gesellschaftspolitischen Fragen unterschiedliche und oftmals widersprüchliche Antworten erhält. – Wenn es selbst in der Wissenschaft hapert, obwohl diese in Bezug auf Objektivität

und Wahrheit den höchsten und elaboriertesten Standards nachlebt – wie sieht es dann mit den Verifikationsbemühungen in anderen gesellschaftlichen Feldern aus?

Aufbauend auf dem THOMAS-Theorem, dass das in seinen Konsequenzen wirklich sei, was die Leute für wirklich halten, kann man die *gesellschaftlichen Verifikationsprozeduren* zum Thema soziologischer Analysen machen. Die Frage ist dann nicht primär, wann etwas aus wissenschaftlicher Sicht als verifiziert gelten darf, sondern vielmehr: welche sozialen Prozesse dazu führen, dass die Gesellschaftsmitglieder etwas als (hinreichend) verifiziert erachten. Im Fall von «Gerüchten» gilt es mit anderen Worten zu beobachten, unter welchen Bedingungen die Beteiligten etwas für «wahr» halten oder bezweifeln. Da Gerüchte soziale Konstruktionen unter anderen sind, werden die Artikulationen der mit ihnen verbundenen Geltungsansprüche zum Forschungsgegenstand. Es kann nicht Aufgabe der Soziologie sein, den Wahrheitsgehalt von Gerüchten aus wissenschaftlicher Sicht zu beurteilen; es geht vielmehr gerade darum, diesen einzuklammern und zu beobachten, welche kommunikativen Aushandlungsprozesse unter den Beteiligten stattfinden. Wie schwierig es ist, beim Thema «Gerücht» eine sozialkonstruktivistische Perspektive aufrechtzuerhalten, zeigt KAPPERER (1996) in seiner umfangreichen Studie. Einerseits versteht auch er Gerüchte als soziale Konstruktionen, andererseits fällt er bei den konkreten Beispielen aber immer wieder in die alltägliche, moralisierende Sicht zurück und fühlt sich bemüht, «falsche» Geltungsansprüche zu berichtigen.

Beobachtet man die sozialen Prozesse der kommunikativen Aushandlung von Geltungsansprüchen in unserer Gesellschaft, manifestiert sich rasch, dass Gerüchte lediglich einen Spezialfall eines allgemeineren Phänomens darstellen. Am Beispiel der Massenmedien lässt sich erkennen, dass es mannigfaltige Möglichkeiten gibt, Faktizität zu suggerieren oder zu relativieren. Zum einen verlassen sich auch Massenmedien auf offizielle Verlautbarungen: «Der Sprecher des Weißen Hauses teilt mit ...» Zum andern werden aber auch zahlreiche offiziöse Quellen zitiert: «Wie aus gewöhnlich gut unterrichteter Quelle verlautete ...»; «ein Mitarbeiter des Bundesrates, der nicht genannt sein möchte ...»; «aus glaubwürdiger Quelle verlautete ...»; «unbestätigten Berichten zufolge sind ...» Der Geltungsanspruch «Wahrheit» wird hier subtil nuanciert, und die (indiskreten) Informanten werden durch Anonymisie-

rung geschützt. Indiskretionen aus dem Bundeshaus (in letzter Zeit besonders aus dem Bundesrat) beispielsweise sind in der Schweiz an der Tagesordnung. Auch wenn sie mit eingeschränktem Geltungsanspruch kommuniziert werden, werden sie wohl anders gewertet als «Gerüchte», und zwar umso mehr, als allgemein bekannt ist, dass viele Journalisten Beziehungen mit Angehörigen der Herrschaftszentren pflegen, also direkten Zugang zu einschlägigen Informationen haben. Es wäre wohl kaum angemessen, jede massenmediale Information mit ungesicherter Geltung ein «Gerücht» zu nennen; es bliebe aber näher zu untersuchen, ob auch Massenmedien Gerüchte in Umlauf setzen und ob dies eine selbständige kommunikative Gattung (innerhalb der Gattungsfamilie «Gerücht») darstellt.

Zugang zu offiziellen Quellen und Indiskretionen kompensieren jedenfalls – wenigstens teilweise – das Problem, dass offizielle Verlautbarungen manchmal *Täuschungen* enthalten. Dies kommt besonders in Kriegszeiten vor; Täuschungen gelten da als legitimes Mittel der Kampfführung. Neu ist, dass diese Täuschungen sehr professionell vorgenommen werden. Seit dem Vietnamkrieg hat sich beispielsweise im Pentagon die Ansicht durchgesetzt, dass es primär darauf ankommt, den Krieg in den Medien zu gewinnen. So wird von Ulrich TILGNER, Korrespondent von ZDF und SF DRS aus dem Nahen Osten, berichtet:

«Sorgen bereitet dem erfahrenen Korrespondenten der Informationskrieg, der immer wichtiger werde. Die US-Militärs hätten im Irak Falsch-, Nicht- und Desinformation gezielt eingesetzt, um die Öffentlichkeit und die Iraker zu täuschen. Immer häufiger sei die Berichterstattung inszeniert, und die Wahrnehmung in Europa entspreche nicht dem tatsächlichen Geschehen.»

(*Tages-Anzeiger* vom 7.5.2004)

Falsch-, Nicht- und Desinformation sind keine Gerüchte, sondern offizielle Verlautbarungen. Angeblich werden bewusst Tatsachen verdreht, um die Öffentlichkeit zu täuschen, und recherchierende Journalisten werden behindert, um die offizielle Wirklichkeitsdefinition zu sichern. Auch hier geht es um eine Aushandlung, ja um einen *Kampf* von Geltungsansprüchen – allerdings jenseits der Kategorie des Gerüchts. Das Grundproblem indes bleibt

sich gleich: Um den Tatbestand von Falsch-, Nicht- und Desinformation belegen zu können, bedarf es gesellschaftlich akzeptierter Verifikationsverfahren, die hinreichende Plausibilität zu erzeugen vermögen.

Trotz aller philosophischen und wissenschaftstheoretischen Problematisierung lässt sich feststellen, dass sich in Bezug auf diverse Sachverhalte doch *immer wieder Konsens herstellen* lässt. Der Journalist und Pulitzerpreisträger Seymour Hersh beispielsweise hat seine jüngste Reportage im *New Yorker* (im April 2004) über die Folterung irakischer Gefangener durch amerikanische Aufseher (im Gefängnis Abu Ghraib bei Bagdad) derart gut recherchiert und (u.a. mit Fotos) belegt, dass das Pentagon und selbst Präsident Bush die Vorkommnisse zugeben mussten. Umgekehrt sah sich der Chefredaktor des britischen *Daily Mirror* kurze Zeit später gezwungen zurückzutreten, weil die Echtheit der angeblichen Misshandlungsfotos britischer Soldaten im Irak von der Regierung erfolgreich widerlegt werden konnte. Die Zeitungsredaktion gestand ein, «dass es genügend Beweise gebe für die Annahme, die Bilder seien tatsächlich gefälscht» (*St. Galler Tagblatt* vom 15.5.2004). Es gelingt offenbar immer wieder, kraft verifizierter Fakten Konsens zu erzeugen – selbst unter politischen Gegnern. Das Beispiel des *Daily Mirror* demonstriert zugleich, dass das Ansehen einer Zeitung durch solche Falschmeldungen leidet. Um dieses wiederherzustellen, wurden umgehend personelle Konsequenzen gezogen: Der Chefredaktor, «dessen notorische Sensationslust auch schon [zuvor] Zeitungsenten hervorgebracht hat», musste den Hut nehmen. Er hatte «die Glaubwürdigkeit seiner Informanten für erwiesen» gehalten (*Neue Zürcher Zeitung* vom 5.5.2004), war aber offenbar zu «leichtgläubig» und hatte die Bilder zu wenig genau überprüft.

Beide Fälle – der Beweis der Folterungen von Irakern durch amerikanische Soldaten als auch der Beweis, dass die Bilder im *Daily Mirror* von Folterungen irakischer Gefangener durch britische Soldaten gefälscht waren – sind dazu angetan, das Vertrauen des Bürgers in dreierlei Hinsicht zu stärken: erstens das Vertrauen in die Möglichkeit der Verifikation von Propositionen; zweitens das Vertrauen in die gesellschaftliche Organisation, die einigermassen verlässlich sicherstellt, dass im Rahmen der Arbeitsteilung jemand um die Verifikation bzw. Falsifikation von Aussagen besorgt ist, die man selbst nicht überprüfen kann; drittens das Vertrauen in die Effektivität des Systems sozialer Kontrolle, die sowohl geheim gehaltene Machenschaften der Regierung

als auch Falschmeldungen der Massenmedien aufdeckt und sanktioniert. Gestärkt wurden damit aber auch die Überlebensbedingungen des Gerüchts als eines sozialen Phänomens: Solange nämlich das Vertrauen in gesellschaftlich institutionalisierte Verifikationsverfahren und deren Ergebnisse anhält, so lange können soziale Konstruktionen anhand der Grundunterscheidung von Gerücht und Faktizität sortiert werden. Und solange diese Sortieroperation praktiziert wird, so lange wird es Gerüchte geben.

Anmerkungen

- 1 Werkbeschreibung des A. Paul-Weber-Museums, S. 1f., auf www.weber-museum.de/werk/geskrt.
- 2 Für einen Kurzüberblick über die Forschungen in den verschiedenen Disziplinen vgl. GÜNTHER/KNOBLAUCH 1997, S. 281f.
- 3 Im Schweizerdeutschen wird das Hörensagen mit dem schlagkräftigen Wort «schints» (scheint es) gekennzeichnet: «*Er isch schints zruggträtte*» (er ist, sagt man, zurückgetreten). Die Markierung des Hörensagens durch dieses Wort ist derart eindeutig, dass die anschließende Verwendung des Konjunktivs fakultativ ist.
- 4 Langjährige (Ehe-)Partner vermögen das subjektive Relevanzsystem des andern aufgrund der räumlich intensiven und zeitlich extensiven Nähe meist treffender zu erkennen als Fremde. Allerdings spielen dabei zahlreiche weitere Faktoren mit. Beschränkt sich die soziologische Forschung auf die Analyse von Interaktionssituationen, vermag sie dies allerdings nicht in den Blick zu bekommen.
- 5 In Interaktion werden Geltungsansprüche eher *ausgehandelt*, in Massenmedien eher *verhandelt*.

Literatur

- ALLPORT, Gordon Willard/POSTMAN, Leo Joseph. *The psychology of rumor*. New York: Holt, Rinehart and Winston, 1947.
- BREDNICH, Rolf Wilhelm. *Die Spinne in der Yucca-Palme. Sagenhafte Geschichten von heute*. München: C. H. Beck, 1990.
- BERGMANN, Jörg Reinhold. *Klatsch. Zur Sozialreform der diskreten Indiskretion*. Berlin/New York: Walter de Gruyter, 1987.
- BERGMANN, Jörg Reinhold/LUCKMANN, Thomas. «Reconstructive Genres of everyday communication», in: Uta M. QUASTHOFF (Hrsg.). *Aspects of oral Communication*. Berlin: Walter de Gruyter, 1995, pp. 289–304.
- BYSHOW, L.A. «Gerüchte». *Kölner Vierteljahreshefte für Soziologie*, 7 (1928), S. 301–308, 416–426.
- FINE, Gary Alan. «Rumors and Gossiping», in: Teun Adrianus VAN DIJK (Hrsg.). *Handbook of Discourse Analysis*, Bd. 3: *Discourse and Dialogue*. London/Orlando: Academic Press, 1985, pp. 223–237.
- FINE, Gary Alan. «Book Review zu Kapferer (1996[1990])». *Public Opinion Quarterly*, 55 (1991), 3, pp. 465–467.
- GARFINKEL, Harold. *Studies in Ethnomethodology*. Englewood-Cliffs: Prentice-Hall, 1967.
- GERGEN, Kenneth. «Psychological Science in a Postmodern Context». *American Psychologist* 56 (2001), pp. 803–813.
- GROSS, Peter. «Kontingenzmanagement», in: Thomas SATTELBERGER/Reinhold WEISS (Hrsg.). *Humankapital schafft Shareholder Value. Personalpolitik in wissensbasierten Unternehmen*. Köln: Deutscher Institutsverlag, 1999, S. 19–32.
- GÜNTHER, Susanne/KNOBLAUCH, Hubert A. «Gattungsanalyse», in: Ronald HITZLER/Anne HONER (Hrsg.). *Sozialwissenschaftliche Hermeneutik*. Opladen: Leske+Budrich, 1997, S. 281–307.
- HABERMAS, Jürgen. *Theorie des kommunikativen Handelns*. Bd. 1: *Handlungsrationalität und gesellschaftliche Rationalisierung*. Frankfurt am Main: Suhrkamp, 1981.
- HYMES, Dell. «Ways of speaking», in: Richard BAUMAN/Joel SHERZER (Hrsg.). *Explorations in the ways of speaking*. London/New York: Cambridge University Press, 1974.
- KAPFERER, Jean-Noël. *Gerüchte: das älteste Massenmedium der Welt*. Leipzig: Kiepenheuer, 1996 [aus dem Französischen; engl. Ausgabe 1990].
- KNOBLAUCH, Hubert A. *Kommunikationskultur. Die kommunikative Konstruktion kultureller Kontexte*. Berlin/New York: Walter de Gruyter, 1995.
- LAUF, Edmund. *Gerücht und Klatsch. Die Diffusion der «abgerissenen Hand»*. Berlin: Volker Spiess, 1990.
- LUCKMANN, Thomas. «Grundformen der gesellschaftlichen Vermittlung des Wissens: Kommunikative Gattungen», in: Friedhelm NEIDHARDT/Mario Rainer LEPSIUS/Johannes WEISS (Hrsg.). *Kultur und Gesellschaft*. Sonderheft 27 der *Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie*. Opladen: Westdeutscher Verlag, 1986.

- LUCKMANN, Thomas. «Kanon und Konversion», in: Aleida ASSMANN/Jan ASSMANN (Hrsg.). *Kanon und Zensur*. München: Fink, 1987, S. 38–46.
- LUCKMANN, Thomas. «Kommunikative Gattungen im kommunikativen Haushalt einer Gesellschaft», in: Gisela SMOLKA-KOERDT/Peter M. SPANGENBERG/Dagmar TILLMAN-BARTYLLA (Hrsg.). *Der Ursprung von Literatur: Medien, Rollen, Kommunikationssituationen zwischen 1450 und 1650*. München: Fink, 1988, S. 279–288.
- POPPER, Karl Raimund. *Die offene Gesellschaft und ihre Feinde*. München: Francke, 1975.
- ROHRICH, Lutz. *Das große Lexikon der sprichwörtlichen Redensarten*. 3 Bde. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft, 2001.
- ROSNOW, Ralph L./FINE, Gary Alan. *Rumor and Gossip: The Social Psychology of Hearsay*. New York: Elsevier, 1976.
- SCHÜTZE, Christian. *Die Kunst des Skandals. Über die Gesetzmäßigkeit übler und nützlicher Ärgernisse*. Bern: Scherz, 1967.
- THOMAS, William Isaac (1965). «Das Kind in Amerika», in: W. I. THOMAS. *Person und Sozialverhalten*. Hrsg. von Edmund H. VOLKART. Neuwied/Berlin [Original: 1928].
- WALTER-BUSCH, Emil. *Labyrinth der Humanwissenschaften. Ein Leitfaden*. Bern/Stuttgart/Wien: Haupt, 1977.
- ZIMMERMAN, Don H./POLLNER, Melvin. «The Everyday World as a Phenomenon», in: Jack D. DOUGLAS (Hrsg.). *Understanding everyday life. Toward the reconstruction of sociological knowledge*. Chicago: Aldine, 1970, pp. 80–103.

Manfred Bruhn und Werner Wunderlich Herausgeber

Medium Gerücht

Studien zu Theorie und Praxis einer
kollektiven Kommunikationsform

Haupt Verlag
Bern Stuttgart Wien

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek:
Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der
Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten
sind im Internet über <http://dnb.ddb.de> abrufbar.

ISBN 3-258-06650-7

Alle Rechte vorbehalten.
Copyright © 2004 by Haupt Verlag Berne
Jede Art der Vervielfältigung ohne Genehmigung des Verlages ist unzulässig.

Umschlag: Atelier Mühlberg, Basel
Satz: Verlag Die Werkstatt, Göttingen
Printed in Switzerland

<http://www.haupt.ch>

Inhalt

Vorwort	7
----------------	----------

Modelle, Typen und Strukturen

Gerüchte als Gegenstand der theoretischen und empirischen Forschung	11
Manfred Bruhn	
Gerücht – Figuren, Prozesse, Begriffe	41
Werner Wunderlich	
Das Gerücht und die Medien .	67
Medientheoretische Annäherungen an einen Sondertypus der informellen Kommunikation	
Kay Kirchmann	
Gerücht oder Faktizität?	85
Zur kommunikativen Aushandlung von Geltungsansprüchen	
Thomas S. Eberle	

Marken und Märkte

Managing brands through rumors	117
Jean-Noël Kapferer	
Wirkungen von Gerüchten und Handlungsalternativen für Unternehmen	155
Iris Mallmann	
Gerüchte an Finanzmärkten	179
Friedrich Thießen	

Organisationen

Gerüchte in der internen Kommunikation	223
Die informelle Kommunikation von Mitarbeitern für Mitarbeiter in der Praxis	
Siegfried Schick	

Der Umgang mit Gerüchten im Unternehmensfeld Ausgewählte Praxiserfahrungen Manfred Piwinger	249
Gerüchte im Umfeld von Schulinnovationsprozessen José Gomez und Anette Grasshoff	275
Recht	
Das Medium Gerücht im Informationsrecht Herbert Burkert	303
Geschichte und Gesellschaft	
Horrmahlzeit, Höllentrunk Gerüchte und Geschichten um Essen und Trinken Christine Shojaei Kawan	323
Wer hat Amadeus umgebracht? Ein Kapitel aus der Mediengeschichte des Gerüchts Werner Wunderlich	355
Gerücht als Propaganda Ursachen, Funktionsweise und Wirkung Eckhard Jesse und Mario Paul	387
Veronas Baby Gerüchte und Boulevardpresse Peter Harms	413
Literatur Christel Brüggelbrock und Peter Harms	439
Sachregister	447
Autorinnen und Autoren	457

Vorwort

Das Gerücht gilt als ältestes Massenmedium der Welt. Natürlich ist das eine verkürzende Aussage, denn Gerüchte sind in kommunikationstheoretischer Hinsicht zunächst Informationen, also Vorstellungen, Mitteilungen oder Neuigkeiten, kurz: Inhalte, die wir erfahren. Wir können aber diese Sujets nur deshalb erfahren, weil sie durch ein Medium übermittelt werden. Und damit wir ihren Sinn und Zweck verstehen können, müssen wir das Medium, das der Sender der Mitteilung benutzt, als dessen Empfänger annehmen und den verwendeten Code entschlüsseln können. Das Gerücht nun, die unbestätigte Nachricht über ein ungewisses Ereignis oder die zweifelhafte Aussage über eine Person, bedient sich seit alters her des Hörensagens, also mündlicher Kommunikation, als einer Form öffentlicher Kommunikation, ohne genaue Kenntnis der Quelle. Und weil aus dem Altertum genügend Beispiele von mündlich massenhaft verbreiteten Gerüchten und deren oft verhängnisvollen Folgen bekannt sind (man denke nur an das berühmte Gerücht, das NERO über die Christen als zündelnde Verschwörer in Rom streuen ließ, um von seiner eigenen Brandstiftung abzulenken), wird die – zugegeben etwas saloppe – Redewendung vom Gerücht als ältestem Massenmedium der Welt verwendet.

Der vorliegende Sammelband über das «Medium Gerücht» befasst sich vor dem Hintergrund der Entwicklung neuer Kommunikationstechnologien und angesichts der damit verbundenen immer schnelleren Verbreitungsformen aus der Sicht kultur-, sozial-, medien-, rechts- und wirtschaftswissenschaftlicher Disziplinen mit Theorie und Praxis dieser kollektiven Kommunikationsform. Im ersten Abschnitt werden systematisch und aus verschiedenen wissenschaftlichen Perspektiven theoretische Zugänge zum Gerücht als Kommunikationstypus und zu Gerüchten als spezifischen Erscheinungsweisen von Kommunikation eröffnet. Die nächsten drei Abschnitte befassen sich mit wirtschaftlichen, organisatorischen und rechtlichen Themen und machen auf diese Weise die wachsende Bedeutung von Gerüchten als Form der informellen Kommunikation und als Beeinflussungspotenzial für Unterneh-

men, Verwaltung und Öffentlichkeit deutlich. Schlagwörter wie «Mobbing» oder der dramatische Einbruch von Aktienkursen aufgrund unbestätigter Negativmeldungen über Unternehmen, ihre Leistungen oder ihre Mitarbeiter sind Belege für die kommunikativen und vor allem für die gesellschaftlichen Wirkungsmöglichkeiten des Gerüchts. In einem abschließenden Kapitel geht es um konkrete Fälle aus Geschichte und Gegenwart, die unter volkswirtschaftlichen, kultur- und mediengeschichtlichen, historisch-politischen und publizistischen Aspekten dargestellt werden.

Ein derart breit angelegter Sammelband kann nicht ohne Unterstützung zahlreicher Personen realisiert werden. Unser Dank gilt daher zunächst sämtlichen Autorinnen und Autoren des Sammelbandes. Fast alle, die wir anfragten, haben spontan zugesagt und somit die Idee, die zahlreichen Facetten des Gerüchts aus unterschiedlichen Perspektiven zu beleuchten, aktiv unterstützt. Ferner sind wir unseren wissenschaftlichen Mitarbeitern, Herrn lic. rer. publ. Peter HARMS von der Universität St. Gallen, Frau Dipl.-Kffr. Anja ZIMMERMANN und Herrn Dipl.-Kfm. Marcus STUMPF von der Universität Basel, sehr zu Dank verpflichtet, die sich mit viel Engagement bei diesem Sammelband eingesetzt haben.

Insgesamt bietet unser Band eine fach- und disziplinenübergreifende Auseinandersetzung mit dem «Medium Gerücht» auf dem aktuellen Stand der Forschung. Selbstverständlich kann damit in keiner Weise Anspruch auf eine vollständige oder gar abschließende Behandlung dieses Phänomens erhoben werden. Was vermittelt werden soll, sind grundlegende Erkenntnisse, differenzierte Einsichten und exemplarische Perspektiven auf Theorie und Praxis des «Mediums Gerücht». Die Herausgeber wünschen sich eine intensive Diskussion über die teilweise unterschiedlichen Sichtweisen zum Thema und verbinden damit zugleich die Hoffnung, dass auch in Zukunft ein reger Austausch zwischen den an diesem Sammelband beteiligten unterschiedlichen Disziplinen stattfindet.