

mediendiskurs

104 • 2/2023

Medien for Future

Handeln für den Klimaschutz



EN DIE WELT IST EINS - ALLES HANGT ZUSAMMEN UND WENN IN CHINA EIN SACK REIS PLATZT DANN GEHT MICH DAS WAS AN !!

mediendiskurs.online



HERBERT VON HALEM VERLAG

Kommt ein Chatbot in eine Bar...

Künstliche Intelligenz (KI) und vor allem ChatGPT sind in aller Munde. Erfahrungsberichte werden ausgetauscht. Wieder wird eine Grundsatzdebatte um KI versus menschliche, vor allem emotionale Intelligenz geführt. Die üblichen Polarisierungen finden statt - zwischen entwarnender Naivität auf der einen und dramatisierender Skepsis auf der anderen Seite. Wer den Chatbot ausprobiert, ist ebenso schnell zwischen diesen Polen gefangen: Faszination und Ernüchterung.

So ein Chatbot kann viel, beispielsweise ein Editorial über Chatbots schreiben, in dem mögliche Risiken und Chancen unter besonderer Berücksichtigung des Jugendschutzes skizziert werden: Chatbots sind danach „allgegenwärtig“ und „zunehmend beliebt“, weil sie „Kundenservice kosteneffizient verbessern“ und die „Interaktion mit Nutzer:innen automatisieren“. Bei „unbeaufsichtigt und ohne angemessene Sicherheitsvorkehrungen online“ interagierenden Kindern und Jugendlichen besteht allerdings ein erhöhtes Risiko von „Cybermobbing, Belästigung oder Sexting“. Die Chancen liegen in der Aufklärung über „sicherheitsrelevante Themen“ und der Anleitung, wie Heranwachsende „sich online sicher verhalten können“.

So weit, so gut. Aber unter uns Menschen gesprochen: Die Aussagen sind grottenlangweilig (Chatbot korrigiert: „sterbenslangweilig“): banal, wenig konkret, ohne Emotion, ohne Haltung, ohne Problematisierung und ohne Lösungsideen! Ernüchternd sind aber nicht die gestanzten Outputs des Chatbots, sondern die Rückschlüsse auf den Input. Die Einsicht, dass ein Großteil der alltäglichen Kommunikation von Chatbots erledigt werden kann, schmerzt: weil sie den Blick auf die Konfektioniertheit von Alltagskommunikation öffnet, von Korrespondenz und journalistischen „Gebrauchs“-Texten bis zu Clickbait-Inhalten. Es wird uns vor Augen geführt, dass menschliche Kreativität in vielen Bereichen der Kommunikation nicht stattfindet, dass Haltung und Lösungsideen vielerorts nicht gefragt sind - und dass die Tätigkeit deshalb maschinell ersetzbar ist.

Was also macht den Menschen aus? Wessen Aufgabe wird es in Zukunft sein, Chatbots zu füttern? Werden Chatbots uns von lästiger Alltagskommunikation befreien, uns - menschlich gesprochen - „das Doofe“ abnehmen, während wir „das Kreative“ verfolgen und innovative Ideen liefern? Oder werden menschliches Denken und menschliche Arbeitskraft in der Kommunikation zunehmend überflüssig?

Fragen wir den Chatbot: „Insgesamt bieten Chat-Bots viele Vorteile, aber auch Risiken, insbesondere im Zusammenhang mit dem Jugendschutz. Es ist wichtig, dass Unternehmen, Eltern, Regierungen und Aufsichtsbehörden zusammenarbeiten, um sicherzustellen, dass die Chancen maximiert und die Risiken minimiert werden.“

Aha. Das letzte Wort soll (bis auf Weiteres noch) der Mensch haben: Chatbots können keine Witze! Das Lustigste, das „mein“ Chatbot nach einigen Witzanfragen und Dialogen über unschlüssige Pointen in Sachen Humor produzierte, war der Anfang folgender Episode: „Kommt ein Chatbot in eine Bar...“ Den Rest kann man sich schenken. Es ist - wirklich - nicht komisch.

Ihre
Claudia Mikat



Inhalt

Editorial Claudia Mikat	1	TITEL Medien for Future Handeln für den Klimaschutz	17
ESSAY Über die Erfindung von Wahrheit Faketonales Erzählen aus literaturwissenschaftlicher Sicht Thomas Strässle	4	„Schönreden ist jedenfalls Quatsch!“ Jan Freitag im Gespräch mit Maja Göpel	18
P R A X I S Die vielen Facetten des Erwachsenwerdens Die Retrospektive 2023 „Young at Heart - Coming of Age at the Movies“ auf der 73. Berlinale Moritz Stock	10	Überbringer schlechter Nachrichten Szenarien der Klimaforschung und die kontroversen Reaktionen der Öffentlichkeit Joachim von Gottberg	24
Das Fernseharchiv Der Fall: Sielmann 2000 Christian Richter	14	Wie Medien ihrer Verantwortung in der Klimakrise endlich gerecht werden können Sara Schurmann	30
		„Menschen folgen Menschen!“ Eva Maria Lütticke im Gespräch mit Louisa Dellert	34
		Grüne Transformation in der Filmbranche Birgit Heidsiek	41
		„Es ist noch nicht zu spät!“ Christina Heinen im Gespräch mit Lea Grosse	44
		Wie grün ist unser Medienverhalten? Brigitte Zeitlmann	48
		Greenfluencing Susanna Endres und A. Kristina Steimer	52
		Die grüne Illusion Kolumne von David Assmann	56

WISSENSCHAFT			
True-Crime-Formate: Kriterien, Standards, Good Practice	58		
Claudia Mikat			
Das Drama der wiederhergestellten Ordnung	60		
Christina Heinen im Gespräch mit Jürgen Grimm			
Medienethische Aspekte bei der Bewertung von True Crime	66		
Ingrid Stapf			
Geschlechtsspezifische Aspekte bei der Bewertung von True Crime	70		
Christine Linke			
True.Crime.Story	74		
Ein medienpädagogisches Projekt zur Bewertung von AV-Inhalten durch Jugendliche Achim Lauber, Lena Schmidt und Carla Zech			
True Crime im Tagesprogramm?	78		
Ein Einblick in die Kriterien und individuellen Vorstellungen von FSF-Prüfenden Eva Maria Lütticke			
MEDIENLEXIKON			
Fernbedienung	82		
Gerd Hallenberger			
DISKURS			
Digitale Souveränität und personale Autonomie: Herausforderungen für eine Digitalpädagogik	84		
Caja Thimm			
Never myself, always the same	88		
Ein Essay von Jana Papenbroock			
POLITIK+RECHT			
Der Digital Services Act (DSA) ist da. Und nun?	92		
Zum aktuellen Stand aus der Perspektive des Mediensektors Mark D. Cole			
Rezension	96		
Marc Liesching			
LITERATUR	98		
Impressum	107		
Letzte Seite	108		
<hr/>			
MEDIENDISKURS.ONLINE			
Der Kurzfilm - ein Experimentierfeld filmischer Erzählweisen			
Barbara Felsmann im Gespräch mit Melika Gothe und Sebastian Markt			
Immer noch keine Lobby			
Warum das Kinderfernsehen (fast) komplett aus der Öffentlichkeit verschwunden ist Tilmann P. Gangloff			
Medienstrategien im modernen Krieg			
Werner C. Barg			
Die Entwicklung unseres Weltbildes in einer pluralistischen Welt			
Wie wir mit medialen Widersprüchen umgehen Joachim von Gottberg im Gespräch mit Jürgen Grimm			
Weitere Beiträge, Meldungen und Einblicke in die FSF-Programmprüfung unter: https://mediendiskurs.online			

Über die Erfindung von Wahrheit

Faktionales Erzählen aus literaturwissenschaftlicher Sicht

TEXT: THOMAS STRÄSSLE

Fakten können in literarischen Texten einen sehr unterschiedlichen Status haben: Mal handelt es sich um Wirklichkeitsfetzen, die in einen literarischen Text hineinmontiert werden – wie die Annoncen, Artikel, Plakate, Prospekte, Reklamen, Statistiken und Wetterberichte, die Alfred Döblin in seinen Roman *Berlin Alexanderplatz* aufgenommen hat –, mal handelt es sich um historisch genau identifizierbare Orte, Personen oder Ereignisse, die ein literarischer Text als Referenzpunkte in der Wirklichkeit wählt – wie der Sturm auf die Danziger Polnische Post im September 1939 in der *Blechtrommel* von Günter Grass –, mal handelt es sich um ein Faktum, das einzig durch den Akt seiner erzählerischen Setzung zu einer literarischen Tatsache wird – wie etwa, dass Böhmen nach William Shakespeare und Ingeborg Bachmann am Meer liegt. Fakten sind immer gemacht, das verrät schon die etymologische Wurzel, ganz im Unterschied zu Daten, die bekanntlich „gegeben“ sind.

Für den Umgang mit Fakten und Fiktionen in der Literatur ist die Erzähltheorie zuständig. Sie ist eine hoch spezialisierte Disziplin innerhalb der Literaturwissenschaft und verfügt über ein riesiges Reservoir an Begriffen, um die vielen Formen des Erzählens zu beschreiben. Es ist eine etwas unzugängliche Terminologie: Je nachdem, ob der Erzähler mehr weiß als die Figur oder genauso viel oder weniger, unterscheidet man zwischen diversen Arten der *Fokalisierung*; je nachdem, ob der Erzähler Teil der erzählten Welt ist oder nicht oder gar mit der Hauptfigur identisch, spricht man von einem *homodiegetischen*, einem *heterodiegetischen* oder einem *autodiegetischen* Erzählen (griechisch „diégesis“ = „Erzählung“); und auch die Erzählebenen (Rahmen- und Binnenerzählungen) lassen sich ausdifferenzieren: in *intradiegetische*, *extradiegetische* oder *metadiegetische* Ebenen. Etc.

Umso erstaunlicher, wie schwer sich die Erzähltheorie damit tut, zwischen einer *faktualen* und einer *fiktionalen* Erzählung zu unterscheiden, beispielsweise zwischen einer Reportage und einer Novelle. Das liegt auch daran, dass sie sich lange Zeit nicht dafür interessiert hat. Die fiktionale Erzählung galt ihr bis in die 1990er-Jahre hinein in all ihren Ausformungen und Verästelungen als Erzählung *par excellence*, unbesehen der Tatsache, dass auch juristische, medizinische, ökonomische, politische, journalistische etc. Texte Wirklichkeits-erzählungen sind und nach narratologisch analysierbaren Mustern funktionieren. Oder einfacher gesagt: Die Erzähltheorie hat über literarisch lange Zeit das nicht literarische Erzählen vernachlässigt.

Worin sich genau eine faktuale von einer fiktionalen Erzählung unterscheidet, ist bis heute letztlich unklar. Es ist nicht einmal erwiesen, inwieweit diese Unterscheidung überhaupt zulässig ist oder, noch radikaler, ob es diesen Unterschied überhaupt gibt. Man kann sich die Sache auch vom Leib halten wie die Poststrukturalisten, die das Faktum zu einem diskursiven Konstrukt und also letztlich zu einem Modus der Fiktion erklärt haben. Alles ist Text oder Simulation: Unter diesen Voraussetzungen macht es wenig Sinn, zwischen einer faktualen und einer fiktionalen Erzählung überhaupt unterscheiden zu wollen.

* * *

Doch ist das Problem damit nicht aus der Welt. Im Gegenteil: Es hat sich in jüngster Zeit noch verschärft durch die Konjunktur der Fakes, die Wirklichkeitserzählungen eigener Gattung sind. Alle Welt spricht von Fake News, immer in Bezug auf die Fakten, die sie verletzen, weniger in Bezug auf die fiktionalen Techniken, die sie anwenden. Mit Letzteren hat die Literaturwissenschaft eine lange Erfahrung. Sie muss aber andere Perspektiven einnehmen, als sie es meist tut, will sie das *faketionale* neben dem faktualen und dem fiktionalen Erzählen als narratologisches Problem reflektieren – im Sinne eines Erzählens, das in trügerischer, wenn nicht gar betrügerischer Absicht mit Fakten und Fiktionen spielt. Es soll im Folgenden darum gehen, diese Perspektiven zu benennen und kurz zu umreißen.

1. Intention

Der Begriff der Intention ist in der Literaturwissenschaft verpönt. Zu sehr klingt er nach der klassisch-allzu-klassischen Frage: „Was will uns der Autor/die Autorin damit sagen?“ Mit dieser Frage will niemand etwas zu tun haben – und sie ist gegenüber literarischen Texten auch ganz unangemessen. Will man indes das Phänomen Fake erzähltheoretisch analysieren, kommt man um den Begriff der Intention nicht herum.

Ein Fehler kann einem unterlaufen, ebenso ein Missgeschick oder ein Versehen, und sogar eine Lüge kann aus dem Moment heraus entstehen, ohne dass sie vorbereitet gewesen wäre oder damit ein bestimmter Plan verfolgt würde, der seine Ziele kennt. Ein Fake hingegen kann einem nicht unterlaufen. Er ist immer Absicht. Er bedingt einen Vorsatz, der sich über seine Ziele im Klaren ist oder zumindest eine Stoßrichtung hat. Der Fake will etwas erreichen, er will eine Wirkung erzielen.

Mögen Kunstwerke ihre Motivation im Unbewussten haben: Der Fake ist ein Akt der Bewusstheit, der auf seine vorsätzlichen Techniken und Strategien hin analysierbar ist. Was die Absichten und was die Ziele sind, kann freilich von Fake zu Fake verschieden sein.

2. Wissen/Nichtwissen

Der Fake ist ein interessantes wissenstheoretisches Problem. Sein Kalkül liegt in einem ausgeklügelten Zusammenspiel von Wissen und Nichtwissen. Auf den ersten Blick scheinen die Verhältnisse klar geregelt und die Bestände ungleich verteilt: Wissen aufseiten der Produzenten und Nichtwissen aufseiten der Rezipienten.

Wer einen Fake herstellt, tut es nicht nur willentlich, sondern auch wissentlich. Er muss die Kontexte genau kennen, in denen er sich bewegt: die Fakten, auf die er sich bezieht, die Adressaten, an die er sich richtet, die Formate, derer er sich bedient, die Foren, auf die er sich begibt. Tut er dies nicht, ist der Fake zum Scheitern verurteilt: „Um willentlich falsche Ansichten in die Welt zu setzen, muss man zumindest einige korrekte Ansichten besitzen in der Angelegenheit, über die falsche Ansichten verbreitet werden sollen, da andernfalls das Ergebnis der willentlichen Täuschung planlos sein wird“, wie der Narratologe Jean-Marie Schaeffer festhält.

Wenn also die Produktion von Fakes ein gewisses Maß an Wissen voraussetzt, so geschieht sie immer auch wider besseres Wissen. Sie ist eine bewusste Verletzung der eigenen Wissensbestände zugunsten eines Falschwissens, das über das eigene Wissen triumphieren soll.

Umgekehrt kann das Nichtwissen aufseiten der Rezipienten nicht vollständig sein. Völliges Nichtwissen besäße kein Sensorium, um einen Fake überhaupt rezipieren zu können. Es braucht ein Wissen im Nichtwissen, an dem er ansetzen kann, um seine Macht zu entfalten. Dieses „Wissen“ kann auch bloß eine diffuse Gemengelage aus Vermutung und Verdacht sein. Wem ein bestimmter Sachverhalt gänzlich unbekannt und unvertraut ist, lässt sich jedenfalls nicht wirkungsvoll darüber täuschen, sondern wird sich womöglich gar nicht dafür interessieren.

Es ist somit eine spezifische Dialektik von Wissen und Nichtwissen, der der Fake seine Dynamik verdankt: ein Wissen, das wider sich selbst handelt, und ein Nichtwissen, das Elemente von Wissen aufweist. In dieser Dialektik eröffnet sich eine Zone, in die der Fake hineinstößt und die er stets neu ausloten muss.

3. Plausibilität

Mathematische Sätze und logische Schlüsse sind auf Plausibilität nicht angewiesen. Sie müssen beweisbar sein. Wo jedoch der „Wahrheitswert“ von Aussagen nicht feststeht, sondern verhandelbar ist, kommen andere Kriterien ins Spiel. Eines davon ist die Plausibilität. Sie ist ein sehr geläufiger Begriff, von dem man sofort zu wissen glaubt, was damit gemeint sei. Und doch ist die Plausibilität in Philosophie und Wissenschaftstheorie seltsam unbestimmt: In den meisten Hand- und Wörterbüchern kommt sie zwischen Platonismus und Pluralismus gar nicht vor.

Die Plausibilität zielt auf Zustimmung, wenn nicht gar auf Beifall. Hier stammt das Wort auch her: über das französische „plausible“ vom lateinischen „plausibilis“, eigentlich „Beifall verdienend“, von lateinisch „plaudere“, „klat-schen, Beifall spenden“. In der Plausibilität steckt der Applaus: Sie will Akklamation, von möglichst vielen Seiten. Was plausibel sein will, muss sich nach einem sozial hergestellten Konsens richten, nach der Meinung einer Mehrheit oder zumindest einer Gruppe mit dem Ziel, von dieser als einleuchtend und glaubhaft befunden zu werden – und im Idealfall sogar die allgemei-

ne Zustimmung zu erlangen. Je weiter sich die Plausibilität von diesem Hintergrund entfernt, desto mehr läuft sie Gefahr, an Überzeugungskraft einzubüßen.

Die Plausibilität beruht nicht auf einem binären Code von *wahr* oder *falsch*. Sie spielt auf einer Skala von *mehr* oder *weniger*: Etwas kann plausibler sein oder nicht, von kaum plausibel bis überaus plausibel. Was außerhalb dieser Skala liegt, ist entweder *abwegig*, d.h. nicht plausibilisierbar, oder *notwendig*, d.h. nicht plausibilisierungsbedürftig. Am schwierigsten freilich ist es, das Ungereimte und Widersinnige zu plausibilisieren. Goethe schreibt in seinen *Maximen und Reflexionen*: „Wer die Menschen betrügen will, muss vor allen Dingen das Absurde plausibel machen.“ Und das bedeutet zugleich: Dieses Unterfangen ist zwar überaus anspruchsvoll, aber nicht von vornherein aussichtslos.

Wenn mathematische Sätze und logische Schlüsse die Kriterien *Evidenz* und *Stringenz* erfüllen müssen, so gehorchen Aussagen, die Plausibilität für sich in Anspruch nehmen wollen, den Kriterien von *Konsens* und *Konsistenz*: Konsens im Sinne der Anschlussfähigkeit an eine Mehrheitsmeinung bzw. der Mehrheitsfähigkeit und Konsistenz im Sinne der Stimmigkeit der dargestellten Zusammenhänge. Diese Kriterien gelten auch für die „Faketizität“, will sie bei ihren Adressaten die erwünschte Glaubwürdigkeit erzielen.

4. Publizität

Ein literarischer Text kann ein *Soliloquium* sein, ein Selbstgespräch ohne Adressaten außerhalb seiner selbst. Auch wenn dies der Extremfall ist, kommt er doch gelegentlich vor. So hat beispielsweise der rumänische Autor Mircea Cărtărescu 2015 bekannt: „Für mich war meine Literatur stets das, was sie auch bleiben wird: ein langes inneres Tagebuch, ein ununterbrochener Dialog mit mir selbst. Ich habe immerzu Literatur geschrieben, und zwar nicht, um Bücher zu veröffentlichen, die Bücher sind lediglich das Endprodukt eines Prozesses der Selbst- und Welterkenntnis, sie sind die leeren, von dem weichen Tier, das sie einmal bewohnt hat, verlassenen Schalen.“

Der Fake ist diesbezüglich genau das Gegenteil. Als Dialog mit sich selbst ist er undenkbar. An Selbsterkenntnis liegt ihm nichts, an Selbstdarstellung hingegen alles. Er sucht die Öffentlichkeit und braucht ein Publikum – mehr noch: Er ist radikal und exklusiv auf seinen

Adressatenbezug hin entworfen. Es geht ihm nicht um Ausdruck oder Einsicht, es geht ihm um den Eindruck, den er macht, und den Einfluss, den er nimmt.

Daraus speisen sich seine Energie und seine Dynamik. Er ist keine abgelebte Schale, sondern eine aufgehende Saat. Das ist zumindest seine Hoffnung. Der Fake besitzt einen eigentümlichen Drall zur Publizität, der sich nach den Parametern von Verbreitungsdynamik und Umlaufgeschwindigkeit bemessen lässt. Besonders ausgeprägt zeigt sich dies im Digitalen. Hier findet er die idealen Voraussetzungen vor, um das Publikum in seinem Sinne zu adressieren: Dichte und Geschwindigkeit der Informationsverbreitung sollen die Möglichkeiten der Informationsverarbeitung übersteuern. Nur, wo er es schafft, sein Publikum gezielt zu überfordern, kann der Fake seine Wirkung tun.

5. Suggestion

Die Suggestion ist ein uralter rhetorischer Trick, doch ist sie ein viel zu facettenreiches Phänomen, als dass sie sich auf einen einfachen Mechanismus reduzieren ließe. Ideengeschichtlich spielt sie auf den unterschiedlichsten Feldern: vom Hypnotismus über den Magnetismus bis zum Somnambulismus und hinein in die Psychologie. Dort wurde sie zu einem solchen Modewort, dass schon Sigmund Freud genervt feststellte, man dürfe „alles im Psychischen Unbequeme ‚Suggestion‘ heißen“. Die vielfältigen Verwendungsweisen des Begriffs haben indes einen gemeinsamen Nenner: das Moment der *Beeinflussung* - der Beeinflussung von Denken, Meinen, Fühlen, Vorstellen, Wollen und Handeln auf physiologischen, motorischen, sensorischen und sprachlichen Kanälen.

Die Suggestion ist ein weites Feld. Es lässt sich aber nach zwei Seiten begrenzen: Auf der einen Seite endet es beim *Reflex* und auf der anderen bei der *Reflexion*. Reflexe setzen ein Reiz-Reaktions-Schema voraus: Die Reaktion auf einen bestimmten Reiz erfolgt unwillkürlich, es besteht keine Wahl, sei der Reflex nun angeboren oder erworben. Die Reflexion hingegen bedingt eine Bewusstheit, die die Kontrolle über die Reaktion bewahrt.

Zwischen Reflex und Reflexion entfaltet die Suggestion ihr subtiles Spiel - wie eine Zauberin, die es schafft, dass man genau die Karte zieht, die sie gezogen haben will. Am mächtigsten ist sie, wenn es ihr gelingt, eine schon im Bewusstsein vorhandene und eine neu hinzukommende Vorstellung so miteinander zu verbinden, dass

die oder der Betreffende es nicht merkt. Dazu bedient sie sich einer Vielzahl an Techniken und Mechanismen wie Mehrdeutigkeiten, Komplexitätssteigerungen oder Überraschungseffekten. Es gibt aber auch „weichere“ Faktoren, die die Suggestibilität einer Botschaft oder Nachricht erhöhen können, wie die Vertrauenswürdigkeit des Absenders oder Gemeinsamkeiten sprachlicher, sozialer, habitueller Art zwischen Sender und Empfänger.

Nur so ist es möglich, dass Urteile und Ansichten nicht auf der Basis eigener Schlussfolgerung und Überprüfung gebildet, sondern von anderen übernommen, von ihnen „eingeflüßt“ und „eingeflüstert“ werden. Und es ist klar: In dieser Zone zwischen Reflex und Reflexion arbeitet auch der Fake.

6. Identifikation

Was Susan Sontag über das politische Foto sagt, lässt sich auch für den Fake behaupten: dass er „die öffentliche Meinung nicht beeinflussen wird, wenn der entsprechende Zusammenhang mit eigenen Empfindungen und Verhaltensweisen fehlt.“

Wem ein bestimmter Sachverhalt gänzlich unbekannt und unvertraut ist, lässt sich nicht wirkungsvoll darüber täuschen, sondern wird sich womöglich gar nicht dafür interessieren. Bloßes Interesse wird in vielen Fällen aber nicht ausreichen: Ein Fake erhält erst dann seine maximale Schlagkraft, wenn er das Publikum auch emotional zu adressieren und zu involvieren vermag - wobei *emotional* hier sehr weit zu verstehen ist und eigentlich nur meint, dass der Zusammenhang, von dem Susan Sontag spricht, die rein kognitive Ebene übersteigt.

Er setzt ein Interesse voraus und kann bis zur Identifikation reichen. Die Identifikation ist vor allem ein Begriff aus der Psychologie und der Psychoanalyse und bezeichnet dort einen Vorgang der Subjektconstitution durch Assimilation. Sie reduziert die Distanz zwischen Sender und Empfänger. Der Sender muss dem Empfänger Identifikationsangebote machen, die es diesem erlauben, zu glauben, es gehe in der Botschaft zumindest *auch* um ihn selbst. Dies kann nach klassischer Rezeptionsästhetik auf unterschiedlichen Ebenen geschehen: auf der assoziativen Ebene durch ein Sich-Hineinversetzen in eine Rolle oder Figur, auf der admirativen Ebene durch Bewunderung, auf der sympathischen durch Mitleid, auf der kathartischen durch Erschütterung und auf der ironischen durch Befremden.

Mit diesen Mitteln arbeitet die Literatur seit jeher, und es gehört gerade zu ihren größten Stärken, dass sie das Gefühl zu erzeugen vermag, es gehe in ihr nicht um ein beliebiges Ich, sondern auch um *mein* Ich – um das Ich derjenigen oder desjenigen, die oder der liest. Diesbezüglich hat ein guter Fake viel von der Literatur gelernt.

7. Merging

Das englische Verb „to merge“ bedeutet im Deutschen „abmischen“, „ineinander übergehen“, „miteinander verschmelzen“, „zusammenfließen“. Bei Verkehrsströmen beispielsweise können durch „merging“ mehrere Fahrstreifen so zusammengeführt werden, dass sich die Fahrzeuge abwechselnd und möglichst abstandslos in eine Spur einordnen, wobei im Idealfall der Verkehrsfluss dadurch nicht beeinträchtigt wird. Von „mergen“ spricht man insbesondere in der Softwaretechnik: Dort bezeichnet der Ausdruck die Zusammenführung verschiedener Datenbestände oder Dateiversionen, die aufeinander abgeglichen und auf einen gemeinsamen Stand gebracht werden müssen.

Allgemeiner gesprochen handelt es sich beim „Merging“ um ein Verfahren, das Informationen verschiedener Provenienz und Prozesshaftigkeit homogenisiert. Die Frage ist nur, inwieweit die zugrunde liegende Heterogenität in der vorliegenden Homogenität noch ersichtlich ist oder zumindest zurückverfolgbar bleibt. Der *Merriam-Webster* führt als eine Bedeutung von „merge“ an: „to blend gradually by stages that blur distinctions“ – in mehreren Schritten so vermischen, dass die Unterschiede verwischen.

„Blend and blur“, „vermischen und verwischen“: Das ist auch eine beliebte Technik aller, die eine Täuschungsabsicht verfolgen, indem sie Wissens- und Informationsbestände unterschiedlicher Herkunft und aus unterschiedlichen Kontexten so miteinander vermengen, als würden sie gleichursprünglich zusammengehören. Entscheidend ist, dass die Übergänge zwischen den heterogenen Bestandteilen in schleifenden Schnitten unkenntlich gemacht werden und am Ende nicht mehr entscheidbar ist, was aus welcher Quelle kommt. Erst dann ergibt sich eine neue Textur, die sich wie ein einheitliches Gewebe liest und doch in Wahrheit ein Flickenteppich ist.

* * *

Die gegenwärtige Debatte über den Fake ist in erster Linie eine politische Debatte, keine philosophische oder ästhetische. Sie hat es mit einem Phänomen zu tun, das sich als manipulativer Überhang an Fiktionalität über die Faktizität beschreiben lässt. Solche Manipulationen können aus unterschiedlichsten Gründen und mit verschiedensten Zielen geschehen. Meist erfolgen sie aber aus unlauteren Absichten. Entsprechend trägt die Debatte auch moralische Züge: Der Fake gilt als eine Plage der Gegenwart, die mit allen Mitteln bekämpft und nach Möglichkeit wieder aus der Welt geschafft werden soll.

Was falsch ist, ist deswegen nicht auch böse. Was falsch ist, kann sogar nützlich, ja unentbehrlich sein, gerade auf der Suche nach der Wahrheit. Diesen verwegenen Gedanken hat der Philosoph Hans Vaihinger in seinem Grundlagenwerk *Die Philosophie des Als Ob* (1911) bis in die letzten Verästelungen durchdacht. Es handelt sich um eine philosophische Abhandlung von 800 Seiten, die aber schon in den *Vorbemerkungen zur Einführung* die leitende Fragestellung auf den Punkt bringt: „So sei denn auch hier gleich zum Eingang die Frage klar und scharf formuliert, welche in diesem Buche aufgeworfen wird: Wie kommt es, dass wir mit bewusstfalschen Vorstellungen doch Richtiges erreichen?“

Das entscheidende Wort ist das ungewohnte Adjektiv „bewusstfalsch“. Es handelt sich also nicht um Fehler, denen unsere Vorstellungen unterliegen, ohne dass wir es merkten und wüssten. Es handelt sich vielmehr um Vorstellungen, mit denen wir operieren, obschon wir wissen, dass sie willkürlich und falsch sind. Und dennoch operieren wir mit ihnen glücklich und erfolgreich, mehr noch: Wir kämen ohne sie überhaupt nicht zum Ziel.

Das ist kein Phänomen, das sich auf bestimmte Felder eingrenzen ließe, sondern es ist ein allgemeines Prinzip der Fiktion: Es zeigt sich im theoretischen Bereich z.B. in der Vorstellung vom Atom, im praktischen Bereich in der Vorstellung von der Willensfreiheit und im religiösen Bereich in der Vorstellung von der Gnade. Sie alle sind logisch widerspruchsvoll, aber überaus ertragreich. Für Vaihinger steht jedenfalls fest: „Wir kommen im theoretischen, im praktischen und im religiösen Gebiet zum Richtigen auf Grundlage und mit Hilfe des Falschen.“ Damit gerät die Wahrheit in eine bedenkliche Nähe zu ihrem Gegenteil. Mehr noch: Sie ist sogar darauf angewiesen.

Fake, Fakt und Fiktion: Es versteht sich von selbst, dass ein zeitgenössischer Fake mit dem, was Vaihinger unter dem Begriff der Fiktion fasst, nicht gleichzusetzen ist. Doch teilt er mit ihr eine entscheidende Eigenschaft: dass er ein „bewusstfalsches“ Phänomen ist, zumindest aus der Perspektive derer, die ihn produzieren und mit ihm operieren, auch wenn sie damit nicht auf der Suche nach der Wahrheit sind, sondern ihre Wahrheit bzw. Interessen durchsetzen wollen. Vor allem aber lässt sich daraus die Frage ableiten, ob der Fake tatsächlich immer nur in Hinsicht darauf, inwieweit er gegen die Fakten verstößt, betrachtet werden muss – oder ob er nicht auch, ergänzend dazu, im Hinblick darauf analysiert werden kann, was er bei aller Falschheit an „Wissen“ zum Vorschein bringt und wie er konstruiert ist.

Jeder Fake hat etwas „Bewusstfalsches“ an sich, sonst wäre er kein Fake. Doch wenn er eine Wirkung erzielt, hat er immer auch etwas anderes an sich, das weder *richtig* noch *wahr* sein muss, aber zumindest *aufschlussreich*, wenn nicht gar *verräterisch*. Der Fake besitzt ein epistemisches Moment: Er transportiert eine Form von „Wissen“ und lässt sich folglich auch unter diesem Gesichtspunkt betrachten. Dies kann nicht nur im Sinne einer Berichtigung von Falschwissen geschehen, das sich anhand einer Faktenlage aufzeigen lässt, sondern auch im Sinne des „Wissens“, das in einen Fake investiert wurde und durch ihn aktiviert wird – und handelte es sich auf beiden Seiten auch nur um eine diffuse Gemengelage aus Vermutung und Verdacht oder gar aus Ressentiment und Hass.

Fakes brauchen Echoräume. Etwas muss mitschwingen, sonst verhalten sie im luftleeren Raum. Ein einzelner Spinner kann irgendetwas erzählen und verbreiten; wenn er damit auf keinen Echoraum stößt, wird ihn niemand hören – und es wird entsprechend auch keine Auswirkungen haben, was er sagt. Ein Fake hingegen, der Furore machen will, muss auf einen Resonanzboden fallen, um ein Erdbeben auslösen zu können.



Prof. Dr. Thomas Strässle ist Literaturwissenschaftler, lehrt an der Universität Zürich und leitet an der Hochschule der Künste Bern das spartenübergreifende Y Institut. Außerdem ist er Präsident der Max Frisch-Stiftung an der ETH Zürich und Mitglied der Kritikerrunde im Literaturclub vom Schweizer Fernsehen SRF.

Eine Perspektive, die nach den epistemischen Aspekten des Fakes *als einer Form von Fiktion* fragt, lässt sich in verschiedene Parameter unterteilen:

Wenn der Fake eine **Intention** bedingt, so lässt er sich befragen nach den *Absichten* derer, die ihn in die Welt gesetzt haben.

Wenn der Fake aus einer spezifischen Dialektik von **Wissen und Nichtwissen** resultiert, gibt er Aufschluss über die *Ansichten* derer, die ihn in die Welt gesetzt haben – und derer, die mit ihm erreicht werden sollen.

Wenn der Fake auf Verfahren wie **Plausibilisierung, Suggestion** und **Merging** setzt, lässt er sich nicht nur hinsichtlich der Faktenlage lesen, die er verletzt, sondern auch hinsichtlich der *Techniken und Strategien*, die er verwendet und verfolgt.

Und wenn ein Fake **Publizität** und **Identifikation** erzielt, lässt er sich befragen nach den *Echoräumen*, in denen er wiederhallt.

Dass Faktenchecks unerlässlich sind, steht außer Frage. Auch soll es keineswegs darum gehen, „Verständnis“ für diejenigen zu schaffen, die mit Fakes bewusstfalsche Informationen verbreiten und damit politisch zwielichtige oder gar kriminelle Absichten verfolgen. Vielmehr geht es um die Einsicht, dass Faktenchecks im Umgang mit Fakes nur Symptome bekämpfen: Sie versuchen, aus der Welt zu schaffen, was dort längst angekommen ist. Und es geht um die Einsicht, dass es in Ergänzung dazu eine zweite Perspektive braucht, die den Fokus auf die Faktizität um den Aspekt der Fiktionalität erweitert – in der Aufklärung, wie sie hier versucht wurde und die sich sicher noch ergänzen ließe.

Was verrät ein Fake? Es geht mit einem Wort darum, im Umgang mit Fakes das Verb „verraten“ in einem doppelten Sinne zu lesen. *Was verrät ein Fake?* im Sinne von: Welche Sachlage verletzt er, gegen welche Fakten verstößt er? Aber eben auch: *Was verrät ein Fake?* im Sinne von: Was gibt er preis über sich selbst sowie die Mechanismen und Strategien, denen er sich verdankt? Wenn der Fake zwei Seiten hat, so erfordert er auch den doppelten Blick.

Dieser Beitrag beruht auf Thomas Strässles Buch *Fake und Fiktion. Über die Erfindung von Wahrheit*.