

Gerüchteküche - Detaillierter Schlussbericht

AP1 – Designanalyse

(Projekt bezogene Ausarbeitung der theoretischen Grundlagen) Die Inhaltsanalyse und die wirkungsästhetische Analyse behandelten folgende Fragen aus der Perspektive des Kommunikationsdesigns:

- Welche Formen gerüchtbasierter Kommunikation gibt es ('Below-the-line' oder alternative Kommunikationsformen)?
- Wie werden Gerüchte oder gerüchtbasierte Kommunikationsformen in den Erfahrungsbereichen professioneller Kommunikationsplanung, Sicherheits- und Krisenkommunikation eingesetzt und/oder dementiert?

Die Designanalyse vertrat die Perspektive des Kommunikationsdesigns und verband die Untersuchung der Gestaltungspraxis gerüchtbasierter Kommunikationsformen mit der Frage nach ihrer Wirkung.

Gerüchtbasierte Kommunikationsformen sind durch vier Kriterien gekennzeichnet:

- Vermischung von bestätigten und unbestätigten Informationen
- Kommunikation durch ‚Hörensagen‘, Mund-zu-Mund-Erzählung und Zwischenformen wie z. B. SMS
- Verschwinden des Autors und des eindeutigen Urhebers
- Nachrichten-Empfänger werden selbst wieder zu Sendern.

Neben der bereits genannten 'below-the-line'-Kommunikationsinstrumente wurden weitere gerüchtbasierten Kommunikationsformen untersucht (‚Ambient Media‘, ‚Ambush‘-Marketing, ‚Guerilla‘-Marketing, ‚Virales Marketing‘, ‚Buzz‘ und ‚Twittern‘).

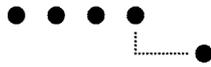
(Auslotung einschlägiger Praxisfelder) Die Frage, wie Gerüchte und gerüchtbasierte Kommunikationsformen in den Erfahrungsbereichen professioneller Kommunikationsplanung, Sicherheits- und Krisensituationen eingesetzt und/oder dementiert werden, wurden anhand von Leitfaden-Interviews mit professionellen Kommunikator/innen in einschlägigen Praxisfeldern angegangen. Konkret wurde ausführliche Gespräche mit Verantwortlichen in den Bereichen Journalismus, Entwicklungsarbeit, Polizei und PR Agenturen geführt, auf Tonband aufgenommen und transkribiert. Ein Schwerpunkt lag auf konkreten Steuerungsstrategien – so auch Dementiformen – anhand illustrativer Fallbeispiele.

AP2 – Reflektierter Entwurf

«Lässt sich ein Gerücht steuern? – Weder der Verlauf eines Gerüchts noch sein Inhalt kann gesteuert werden. Die Richtung der Verbreitung lässt sich nicht kontrollieren. Zudem wird das Erzählte ausgeschmückt und übertrieben, vereinfacht und zugespitzt.»

Die quasiexperimentelle Lancierung und Verfolgung eines vom Forscher lancierten Gerüchtes ist in der Literatur und Forschungspraxis daher sehr selten anzutreffen, da ethische Bedenken und eben die mögliche ‚Unkontrollierbarkeit‘ des Gerüchtes Grenzen setzen. Insofern wurde mit dem hier durchgeführten Projekt Neuland betreten, gelang es doch, durch entsprechende Vereinbarungen im Organisationsrahmen, die Voraussetzungen für ein solches Design zu schaffen:

Unmittelbar vor der Ferienzeit im Sommer 2008 wurde das Gerücht innerhalb der Hochschule «gezielt unscharf» mündlich und per E-Mail über ausgewählte Schlüsselpersonen in Umlauf gebracht. So konnte niemand den Wahrheitsgehalt überprüfen. Für den Fall, dass es sich nicht

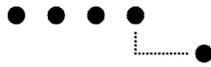


verbreitet hätte, wäre man gewappnet gewesen. Auch eine Dementistategie bereit – falls direkt personenschädigende Unwahrheiten kursiert hätten. Das Gerücht war aber so «heiss», dass es sich in Windeseile verbreitete. Dies war die gewünschte Ausgangslage, um eine Umfrage zu Gerüchten im Allgemeinen durchzuführen. Nach der Umfrage wurde über das Experiment informiert.

Das Projekt nahm eine unerwartete Wendung, als einige Monate danach aus dem Gerücht Wirklichkeit geworden war. Entsprechend wurden organisationsintern Vermutungen laut (=Neugerüchte), dass das Gerücht gezielt lanciert worden sei und man im Forschungsprojekt offenbar schon früher «mehr über die Sache wusste» – was nicht der Fall war. So wurde das Forschungsteam letztlich selber mit allen positiven und negativen Erscheinungen von Gerüchten konfrontiert und direkt in die Gerüchtdynamik einbezogen. Auf der Metaebene wurden die Unvorhersehbarkeit des Gerüchtes und dessen mögliche Instrumentalisierung (als ‚Folgegerücht‘) machtvoll demonstriert.

AP3 – Evaluation im Feld

Am 27.9.2008 wurde eine Internetumfrage beim Personal der HKB gestartet, welche sowohl der Diffusion des lancierten Gerüchtes und deren Bestimmungsgründe, aber auch dem allgemeinen Gerüchteumfeld an der HKB nachging. Der 8-seitige Fragebogen mit 30 Fragen wurde unter Einsatz des Umfragetools 2ask unter Wahrung der Anonymität administriert und zielte auf eine Beschreibung der Aufnahme- und Weitergabemodalitäten der jeweiligen Gerüchte aber auch der Glaubwürdigkeit von Dementis sowie Vermutungen, wer hinter den Gerüchten steckt. Trotz der Anonymität der Umfrage, war die Beteiligungsquote mittelmässig ; von insgesamt 195 Mitarbeitenden beantworteten nach zwei Erinnerungsmails bis zum Abschluss der Umfrage am 11.11.2008 immerhin ca. ein Drittel (n=63) die Einstiegsfrage : « Haben Sie in letzter Zeit hier an der Schule von irgendwelchen Gerüchten vernommen, welche die HKB, die Leitung oder die Studentenschaft betreffen ? » (44% mit 'ja'). Von den 28 Personen, welche Gerüchte an der HKB kennen, waren allerdings nur 15 bereit, konkrete Angaben zu machen. Im Einzelnen wurden 13 verschiedene Gerüchte angegeben, wobei von insgesamt 24 Angaben 9 auf das gezielt lancierte Gerücht entfielen. Weitgehend vollständige Angaben standen insgesamt von n=36 Personen zur Verfügung, was einer niedrigen Rücklaufquote von 18% entspricht. Das ist insofern aufschlussreich, als es sich beim Thema Gerücht offenbar um einen sehr heiklen Umfragegegenstand handelt; weiter hat trotz garantierter Anonymität möglicherweise der Umstand eine Rolle gespielt, dass ein hausinternes Forschungsteam die Umfrage lanciert hat. Auf die Frage, wer wohl hinter dem jeweiligen Gerücht steht, wurde allerdings nur in zwei Fällen eine 'hausinterne Manipulation' vermutet. Aber auch diese relativ schmale Datenbasis lässt vermuten, dass die Gerüchteküche durchaus auf Hochtouren läuft und vor allem organisatorische change Gerüchte (etwa Aufhebung von Standorten, Bibliotheksverlegung) kursieren. Im Vergleich zur Administration und wissenschaftlichen Mitarbeitenden ist die Wahrnehmung von Gerüchten bei Teilzeitdozierenden kaum ausgeprägt, da diese nur rudimentär in die Kommunikationsstrukturen eingebunden sind und die Gerüchte in der Regel mündlich weitergegeben werden. Schliesslich gibt etwa die Hälfte der 'Gerüchtvertrauten' an, dass sie bei Bewahrheitung des Gerüchtes negative Konsequenzen befürchten. Schliesslich ist anzumerken, dass flankierend zur Internetumfrage mit der Zurverfügungstellung von Einwegkameras das Angebot gemacht wurde, Gerüchtorte zu fotografieren und die Kameras anonym zurück zu geben. Von diesem Angebot wurde jedoch leider praktisch kein Gebrauch gemacht. Insgesamt gesehen, wurde wertvolle Erkenntnisse und Erfahrungen bei der Konstruktion des Umfrageinstrumentes



gemacht, welche der Konzeption des rumor fighters (vgl. gesonderten Abschnitt) zu Gute kam, und es konnte auf Prozessebene wichtige Rückschlüsse auf die affektive Besetzung und Funktion von Gerüchthemen gezogen werden. Eine detaillierte Auswertung der Umfrageergebnisse im engeren Sinne und der qualitativen Anschlussinterviews bei den Personen über die das Initialgerücht gestreut wurde, ist im Rahmen einer geplanten Anschlusspublikation vorgesehen.

AP4 – Monitoring/Ergebnisse

Als Abschluss und zur Validierung des Forschungsprojekts war – nebst dem Bericht – eine «Gerüchte-Kartierung» geplant. Aufgrund der Möglichkeit, in der Wechselausstellung «Gerücht Rumeur» im Museum für Kommunikation Bern eine Plattform zu erhalten und so in einer breiten Öffentlichkeit präsent zu sein, wurde statt dessen für diese Ausstellung der «Rumor Fighter» konzipiert, entwickelt, gestaltet und entwickelt. An PC-Stationen können die Besuchenden interaktiv erfahren, wie mit Gerüchten richtig umgegangen wird. Im diesem 5-Minuten-Training können in jedem der vier zur Auswahl stehenden Fälle in je 4 heiklen Fragen entschieden werden, wie sie reagieren würden. Am Schluss kann jede/r Besuchende ein Diplom ausdrucken, welches vom Himmel fällt: Super Rumor Fighter, Junior Rumor Fighter oder Baby Rumor Fighter.

Bei der Auswahl der vier Szenarien spielten folgende Überlegungen eine Rolle:

Funpotenzial: Anknüpfung nicht unbedingt an die Lebenswelt der Ausstellungsbesuchenden, aber an

deren Lust am Rollenspiel. Sie schlüpfen in die Rolle des Rumor Fighters und müssen sich in spannenden

Situationen bewähren.

Realitätsbezug: Berücksichtigung konkreter Gerüchte, die tatsächlich passiert sind und teilweise Einbezug sowie Bewertung des konkreten Umgangs mit dem Gerücht. Ausnahme: Liebesaffäre im Betrieb.

Attraktivität: Die ausgewählten Gerüchte sind zwar tendenziell alle Negativgerüchte, repräsentieren aber

einerseits Gerüchtklassiker (Manipulation von Lebensmittel), alltäglichen Klatsch im Betrieb, Schadenfreude über Alkoholausrutscher bei Berühmtheiten und verrückte Gerüchte um unseren besten Freund: das Handy.

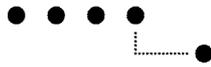
Begründungsfähigkeit: Es wurden möglichst Gerüchte berücksichtigt, bei denen die Auswahlmöglichkeiten und deren Bewertung zumindest teilweise auf Forschungsergebnisse oder Praxiserfahrungswerte zurückgeführt werden können. Natürlich besteht hier Interpretationsspielraum, welche dann neutral beurteilt werden, d.h. sie schaden nicht und nützen nicht zur Gerüchtebekämpfung.

Publikationen/Presseberichte

Rumor Fighter (PC Station) in der Wechselausstellung Gerücht Rumeur im Museum für Kommunikation Bern (16. 10. 2009 bis 04. 07. 2010).

Bandyopadhyay, Boris (2009): Gerüchteküche. Designanalyse. Handout zur inhalts- und wirkungsästhetischen Analyse. Bern: Hochschule der Künste Bern.

Klingemann, Harald/ Schmid, Jimmy (2009): Rumor Fighter. In: Gerücht Rumeur. Museum für Kommunikation. Bern, S. 61–66.



Hofmeier, Pascal (2009): Haben Sie schon gehört, dass ...?/ Damit der Flurfunk verstummt/ Versuch geglückt. In: Der Bund (Bern), 25. Juli 2009, S. 30.

Wüthrich, Urs (2009): Gerüchte. Wehe, wenn sie losgelassen. In: Berner Zeitung BZ (Bern), 15. Oktober 2009, S. 22.

Bugmann, Urs (2009): Schon gehört? In: Neue Luzerner Zeitung (Luzern), 19. Oktober 2009, S. 29

u.a.m. (Presseberichte)