

Ekaterina Rieb



Lügen im medialen Zeitalter



Eine kommunikationswissenschaftliche
Untersuchung am Beispiel
der Telefonkommunikation

Rieb, Ekaterina: Lügen im medialen Zeitalter: Eine kommunikationswissenschaftliche Untersuchung am Beispiel der Telefonkommunikation. Hamburg, Diplomica Verlag GmbH 2014

Buch-ISBN: 978-3-8428-7181-6

PDF-eBook-ISBN: 978-3-8428-2181-1

Druck/Herstellung: Diplomica® Verlag GmbH, Hamburg, 2014

Covermotiv: pixabay.de

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Dies gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Bearbeitung in elektronischen Systemen.

Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.

Die Informationen in diesem Werk wurden mit Sorgfalt erarbeitet. Dennoch können Fehler nicht vollständig ausgeschlossen werden und die Diplomica Verlag GmbH, die Autoren oder Übersetzer übernehmen keine juristische Verantwortung oder irgendeine Haftung für evtl. verbliebene fehlerhafte Angaben und deren Folgen.

Alle Rechte vorbehalten

© Diplomica Verlag GmbH

Hermannstal 119k, 22119 Hamburg

<http://www.diplomica-verlag.de>, Hamburg 2014

Printed in Germany

Inhaltsverzeichnis

Einleitung	7
1 Stand der Identitätsforschung	12
1.1 <i>Identität</i> - zur Verwendung des Begriffs in klassischer Auffassung	14
1.1.1 Identitätsforschung aus sozialpsychologischer Sicht	15
1.1.2 Identitätsforschung aus soziologischer Sicht	16
1.2 Problemkreise moderner Identitätsforschung anhand der Telefonkommunikation	17
1.3 Zur Bedeutung des Mediums Telefon für den Kommunikationsprozess .	18
2 Die Lüge- Interdisziplinäre Bezüge zum sozialen Phänomen	22
2.1 Zum Begriff der Lüge	22
2.2 Die Lüge aus linguistischer Sicht	24
2.2.1 Klassische Grundlagen der linguistischen Lügenforschung	25
2.2.2 Die Lüge aus pragmatischer Sicht	31
2.3 Die Lüge aus sprachphilosophischer Sicht	37
2.4 Die Lüge aus psychologischer Sicht	42
2.5 Die Lüge aus kommunikationswissenschaftlicher Perspektive	46
2.6 Zusammenfassung	52
3 Interpretative Dimensionen der Lüge im Kommunikationsprozess	53
3.1 Die Lüge als Sozialhandlung	56
3.2 Kulturen der Lüge	60
3.3 Vorurteile über Lügensymptome	62
3.4 Typologien der Lüge	69
3.5 Zusammenfassung	71
4 Schein-Identitäten und Medien	73
4.1 Telefonkommunikation als Spiel mit den Identitäten	73
4.1.1 Definition der Telefonkommunikation	74
4.1.2 Merkmale der Telefonkommunikation	74
4.1.2.1 Interaktivität	75
4.1.2.2 Das Bild des auditiv Wahrnehmbaren - die Charakterisierung des Gesprächspartners	78
4.1.2.3 Raum-Zeit-Dimension	79

4.1.3	Taktiken des Lügners und Entlarvungsstrategien	80
4.2	Konstruktion der Schein-Identitäten in den Kommunikationssituationen via Telefon	83
4.3	Identifizierung im Kontext der Telefonkommunikation	85
4.3.1	Einflussfaktoren der Vertrauensbildung	86
4.3.2	Konsequenzen der Missinterpretationen bei der Identifizierung - zwei Fallbeispiele aus Medienberichten	87
4.4	Zusammenfassung	91
5	Fazit und Ausblick.....	92
5.1	Darstellung von Ergebnissen.....	92
5.2	Die Zukunft der Lüge - eine kritische Auseinandersetzung	96
	Abbildungs- und Literaturverzeichnis	99

Einleitung

Wissenschaftler stoßen auf Probleme, deren Lösung sie anstreben (vgl. Ungeheuer 1987: 101). Die dynamische Beschaffenheit der *sozialen Wirklichkeit* bzw. eine umfassende *Medialisierung* von Kommunikation und Interaktion verlangt infolgedessen im konstruktivistischen Sinne eine permanente Auseinandersetzung mit zahlreichen neuen theoretischen und praktischen Problemstellungen (vgl. dazu Berger/Luckmann 1969; Merten 1994 usw.). Im Zuge der Entwicklung moderner Kommunikationsinnovationen prägt die Telefonkommunikation verstärkt Erklärungsversuche interdisziplinärer Ansätze, welche kontinuierlich weiter erforscht werden.

Das Telefon ist mittlerweile zu einem stark verbreiteten gesellschaftlichen Medium geworden, so dass die Menschen sich ihr Leben ohne letzteres nicht vorstellen können. Das wissenschaftliche Erkenntnisinteresse an der Telefonkommunikation lässt sich dadurch erklären, dass ihr Einfluss auf das gesellschaftliche Leben nicht unterschätzt werden darf. Wenn sich die Erforschung der Telefonkommunikation in den siebziger Jahren des 20. Jahrhunderts vorwiegend mit informationstechnischen Grundlagen und dem störungsfreien Ablauf der Telefongespräche beschäftigte (vgl. dazu Meyer-Eppler 1969; Maser 1971 usw.), so verlagert sich heutzutage der wissenschaftliche Blickwinkel auf soziale Phänomene, insbesondere auf das Problem der Lüge, die öfters in den Kontext der Telefonkommunikation eingebettet ist.

Die Telefonkommunikation ermöglicht den Kommunikationspartnern eine gewisse Anonymität, so dass nicht selten erfundene Identitäten ins Spiel kommen und Lügen dem Anschein nach leichter verbreitet werden (vgl. dazu Höflich 1990; Bülow 1990). Fragen nach Chancen und Risiken solcher Erscheinungen werden in den Medien eingehend erörtert. Auch modernen Studien zufolge wird das Verhältnis zwischen der Lüge und der Kommunikation mit Hilfe von verschiedenen Medien diskutiert, so dass der Telefonkommunikation hierbei eine immer größere Bedeutung bei der Lügenverbreitung zugeschrieben wird (vgl. Tenzer 2004). Die

Kommunikationspartner wechseln ihre Identitäten, experimentieren mit neuen Darstellungsformen, so dass das Spiel mit Identitäten zur *Selbstinszenierung* bzw. *Phantasielüge*, *Lebenslüge* oder sogar zur *Schadenslüge* führen kann. Aus dieser Tendenz folgt die Notwendigkeit einer kritischen Auseinandersetzung mit dem Problem der Lüge und ihrer wissenschaftlichen Weiterentwicklung in neuen Kontexten. Das Augenmerk richtet sich insbesondere auf die oben genannten Arten der Lüge.

Die Lüge an sich ist ein interdisziplinäres Phänomen und kann aus unterschiedlichen Blickwinkeln untersucht werden. Neben der kommunikationswissenschaftlichen Sichtweise befasst sich die vorliegende Untersuchung mit linguistischen, philosophischen sowie psychologischen Forschungsperspektiven, die weitere Aufschlüsse über Erkenntnisse zur dargestellten Problematik bieten.

In Bezug auf die vorliegende Untersuchung stellt sich folglich die zentrale Frage, inwiefern die Telefonkommunikation das soziale Phänomen *Lüge* unter besonderer Berücksichtigung von Schein-Identitäten verstärkt. Lässt sich erkennen, dass der Mensch am Telefon seine wahre Identität verbirgt? Wie können Lügen in diesem Kontext manipulativ eingesetzt werden? Lassen sich solche Arten der Lüge an Fällen der *Selbstinszenierung*, *Lebenslüge* oder *Schadenslüge* entlarven? Wie weit wird es noch gehen?

Der Schwerpunkt der Untersuchung liegt demzufolge in der kritischen Auseinandersetzung mit ausgewählten Entlarvungsstrategien samt Auswahl einflussreicher Kriterien im Hinblick auf den Kontext der Telefonkommunikation, nach denen man möglicherweise beurteilen kann, ob die Kommunikationspartner Schein-Identitäten annehmen oder es sich um wahre Persönlichkeiten handelt. Im Zuge dessen werden einige exemplarische Kommunikationssituationen aus den Medienberichten in Betracht gezogen, in denen Interakteure in Telefongesprächen agieren und nicht hundertprozentig wissen, was für Menschen ihre Kommunikationspartner in Wirklichkeit sind, bzw. mindestens ein Interakteur darüber nicht Bescheid weiß. In diesem Zusammenhang werden Lügen mit Hilfe von Schein-

Identitäten als Steuerungsmittel betrachtet, um den anderen Kommunikationspartner jeweils zu beeinflussen und ihn zu bestimmten Handlungen zu bewegen. An Beispielen aus alltäglichen Kommunikationssituationen wird diskutiert, ob man mit Hilfe von beschriebenen Kriterien auf die Lüge schließen bzw. sie entlarven kann. Die Herausforderung dieser Untersuchung besteht darin, sich der geschilderten Problematik aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht zu nähern und interdisziplinär ausgearbeitete Erklärungsansätze zu erläutern.

Des Weiteren wird kontextbezogen auf die Bedingungen der Telefonkommunikation und einige Probleme der technisch realisierten Verständigung eingegangen. Dabei sollen Zusammenhänge zwischen den Strukturen der Telefongespräche und den Repräsentationsmöglichkeiten der Lüge beleuchtet werden.

In Anlehnung an die zuvor gestellten Fragen, bleiben folgende Fragen noch offen: Was macht die Lüge aus? Was bedeutet die Lüge für den Kommunikationsprozess? Wie kommt die Lüge via Telefon zum Ausdruck? Kann die Stimme wirklich nicht lügen? Welche Informationen können wir an der Stimme des Kommunikationspartners gewinnen? Was tun wir eigentlich, wenn wir am Telefon lügen?

Ziel dieser Untersuchung ist es demnach festzustellen, ob die gewonnenen Kriterien helfen, der Wahrheit auf die Spur zu kommen. Bevor auf die grundlegenden interdisziplinären Betrachtungsweisen zum Problem der Lüge eingegangen wird, ist es erforderlich, im ersten Kapitel den Stand der Identitätsforschung darzustellen.

Im zweiten Kapitel geht es um die Auseinandersetzungen mit wissenschaftlichen Überlegungen zum Thema Lüge, die zeigen sollen, was das Phänomen aus interdisziplinären Sichtweisen auszeichnet. Eine Betrachtung des Forschungsobjektes soll primär zum einen anhand linguistischer Beiträge wie z. B. von Harald Weinrich zur *Linguistik der Lüge*, zum anderen anhand spezifischer sprachphilosophischer Perspektiven nach John R. Searle und John L. Austin im Hinblick

auf die Problematik der Untersuchung vorgenommen werden. Neben diesen Sichtweisen werden psychologische Perspektiven nach Paul Ekman sowie Otto Lipmann und Paul Plaut behandelt. Charakteristische Fragestellungen und Konzepte der Sprachwissenschaftler Karl Bühler und Gerold Ungeheuer sowie des semiotischen Klassikers Charles Sanders Peirce runden den kommunikationswissenschaftlichen Blickwinkel auf das Alltagsphänomen ab.

Den aktuellen Forschungsstand zur geschilderten Fragestellung betreffend, entwickeln sich neue theoretische Ansätze zum Problem der Lüge u.a. im Zusammenhang mit neuen Kommunikationsinnovationen, die einen scheinbar erweiterten kommunikationswissenschaftlichen Blickwinkel auf kommunikative Handlungen via Telefon verschaffen.

Das Potenzial der Lügenforschung wird im Konzept dieser Untersuchung an der Schnittstelle zwischen Tradition und Innovation betrachtet. Darüber hinaus ergeben sich gewisse Zusammenhänge zwischen den klassischen und neuen Konzepten.

Das dritte Kapitel befasst sich mit den Dimensionen der Lüge im Kommunikationsprozess. Für die Kommunikationswissenschaft ist die Telefonkommunikation insofern von Interesse, da sie als eine wichtige Form der Kommunikation zunehmend an Bedeutung gewinnt und mit sozialen Veränderungen einhergeht.

Das vierte Kapitel stellt den Kontext der Telefonkommunikation präzise dar und setzt sich mit den einzelnen konstitutiven Dimensionen innerhalb dieser Kommunikationsform auseinander, wie vor allem mit der *Interaktivität*, dem Bild des *auditiv* Wahrnehmbaren sowie den *Raum-Zeit-Verhältnissen*, mit denen das Phänomen *Lüge* in einen bestimmten kontextbezogenen *Rahmen* integriert werden soll. Erst mit dem Wissen um die Telefonkommunikation kann der Facettenreichtum der Lüge im Zusammenhang mit der Konstruktion von Schein-Identitäten im Alltag, basierend auf neuen Erkenntnissen zur Identitätsbildung und zu Identifikationsproblematiken, dargelegt werden.

Weiterhin rücken Schein-Identitäten und ihre Folgen als Bestandteile gesellschaftlicher Diskussionen in den Fokus. Anhand der Analyse von Medienberichten soll erklärt werden, wie sich diese Diskussionen ins Konzept der Arbeit integrieren lassen. In diesem Zusammenhang werden einige theoretische Konzepte und Studien dargestellt, die Strategien zur Entlarvung der Lüge beinhalten. Auf der Basis der Kriterien, gewonnen aus diesen Untersuchungen, soll reflektiert werden, ob sie überhaupt ausreichen, um den Lügner am Telefon zu identifizieren. Demzufolge bietet eine kritische Auseinandersetzung mit ausgewählten Medienberichten wertvolle Impulse für die Diskussion. Erwähnenswert ist auch, dass im Rahmen der vorliegenden Untersuchung ausschließlich solche Arten von Kommunikationssituationen via Telefon analysiert werden, in denen die Kommunikationspartner den gleichen gesellschaftlichen Konventionen unterliegen, so dass die Problematik interkultureller Situationen in diesem Zusammenhang ausgespart bleibt.

Konsequenzen der Schein-Identitäten werden aus einer kommunikationswissenschaftlichen Sicht analysiert. Vor dem Hintergrund der in Essen vertretenen Kommunikationswissenschaft werden die Entlarvungsstrategien einer eingehenden Kritik unterzogen. Dabei soll begründet werden, warum diese Strategien bei der Lügenentlarvung (schwerpunktmäßig in der Telefonkommunikation) an ihre Grenzen stoßen.

Anschließend setzt sich diese Untersuchung mit der Zukunft der Lüge auseinander, die neue Perspektiven für die Erforschung des Phänomens aufzeigen soll.

Im Rückbezug zur Einleitung erfolgt eine Schlussbetrachtung der Einflussnahme der Telefonkommunikation auf das Problem der Lüge anhand der theoretischen und empirischen Erkenntnisse zur geschilderten Problematik sowie anhand der kommunikationswissenschaftlichen Analyse einzelner Medienberichte.

1 Stand der Identitätsforschung

„Es war die Art zu allen Zeiten, [...] Irrtum statt Wahrheit zu verbreiten.“

(von Goethe 2002:82)

Seit der Etablierung des Telefons und dadurch veränderte Kommunikationsmöglichkeiten steht fest, dass die Erforschung der Telefonkommunikation neue Sichtweisen auf die Lügenproblematik im Zusammenhang mit Untersuchungen zur Konstruktion von unwahren Identitäten im Alltag liefert. Von der klassischen Auffassung der sozialen Interaktionsforschung ausgehend, zeigt die Darstellung der eigenen Identität nach dem Konzept des Soziologen Erving Goffman auf, dass sich die Menschen ihre Existenz ohne bestimmte Theaterpraktiken samt Konstruktion von *Masken* und *Fassaden* nicht vorstellen können (vgl. Goffman 2006: 21 ff.). Wenn man Kommunikationsphänomene beschreibt, sollte man Goffman zufolge berücksichtigen, dass sogenannte *Rollen*, die wir alltäglich inszenieren, *Fassaden*, die wir wahren wollen, *Masken*, hinter denen wir unser „Ich“ verstecken, nicht vermieden werden können. Dahinter kann sich eine Lüge verbergen. Wenn in alltäglichen Kommunikationssituationen gelogen wird, kann das einen bedeutenden Einfluss auf die Identitätsbildung haben, was im Folgenden erklärt wird.

Auch die Telefonkommunikation ist als Gesamtheit der oben genannten Phänomene zu betrachten. Da die Idee des Telefons einen kommunikativen Prozess zwischen mindestens zwei Individuen impliziert, der auf technischer Basis abläuft, ist es hierzu erforderlich, von dem Begriff *Kommunikation* auszugehen.

Nach dem Fachverständnis der Essener Kommunikationswissenschaft setzt sich der Begriff *Kommunikation* folgendermaßen zusammen:

„[...] die Teilnahme mindestens zweier Individuen bzw. Subjekte oder personaler Systeme [...], die sich bei ihren Mitteilungsaktivitäten gegenseitig steuern und beeinflussen, auch wenn dies durch den Einsatz verschiedener Medien und moderner Kommunikationstechnologien asynchron und asymmetrisch erfolgen kann.“
(Eschbach/Loenhoff/Schmitz: o. J.)

Hierbei lässt sich feststellen, dass es sich um zwischenmenschliche Verständigung handelt, die sich in einem permanenten Zeichenprozess konstituiert, auch wenn dieser Prozess mit Hilfe von modernen Medien und neuen Kommunikationsdiensten vollzogen wird. Im Anschluss daran nutzen die Menschen verschiedene Medien, um den Kommunikationsprozess mit vielfältigen Zielen und in verschiedenen sozialen Kontexten zu vollziehen (vgl. Beißwenger 2007: 32). Eine mögliche Zielsetzung impliziert die Verbreitung von Lügen. Die Lüge ist in den Prozess der Identitätsbildung eingebettet und ist eng mit den Praktiken der Selbstdarstellung und der Bildung eines Eindrucks über den Kommunikationspartner verknüpft. Hierbei erscheint es von großer Bedeutung, diese Zusammenhänge nachzuvollziehen und aufzuzeigen, inwiefern Ausführungen bezüglich der Lüge von der Identitätsforschung profitieren.

Vorab ist die Präsentation des aktuellen Forschungsstandes zur Erfassung der Problematiken in der Identitätsforschung unter medialen Spezifika, wie z.B. *Interaktivität*, das Bild des *auditiv* Wahrnehmbaren u.a. erforderlich, um davon ausgehend zum Wesen der Lüge „an sich“ im Hinblick auf veränderte Kontextbedingungen zu gelangen. Da diese Problematik durch ihre Komplexität gekennzeichnet ist, wird sie im Folgenden einer interdisziplinären Betrachtung unterzogen.

Im Zuge der Entwicklung moderner Medien und Kommunikationsdienste lassen sich in der aktuellen Identitätsforschung zwei voneinander differenzierte Positionen unterscheiden. Pessimisten gehen davon aus, „dass es durch [...] Entgrenzungs- und Anonymisierungsmöglichkeiten schnell zu einer generellen Verunsicherung bis hin zu einem totalen Verlust der Identität kommen könne“ (Scherer/Wirth 2002: 337). Optimisten sehen hingegen in der Konstruktion unwahrer Identitäten ausgeprägte *Heilstrategien* für labile Persönlichkeiten (vgl. ebd.: 337). Fest steht, dass bei der Kommunikation via Telefon die Identifizierung des Kommunikationspartners aufgrund der nicht vorhandenen visuellen Wahrnehmung erschwert wird (vgl. Faulstich 1994: 299 ff.). Kommunikationswissenschaftlich betrachtet lässt sich des Weiteren anmerken, dass kognitive

Gesprächspartners nicht mitwirken können.¹ Die Voraussetzung für die Telefonkommunikation bildet die gegenseitige *auditive* Wahrnehmung des jeweiligen Interakteurs. Diese Gegebenheit kann zum einen die oben erläuterte Verunsicherung erklären, da die Kommunikationspartner, wenn sie am Telefon agieren, einander nicht durch alle ihre Sinne wahrnehmen können, so dass die gegenseitige Identifizierung in manchen Fällen unmöglich wird; zum anderen bietet die Telefonkommunikation dem Medienwissenschaftler Werner Faulstich zufolge die Möglichkeit, das Gespräch jederzeit zu unterbrechen, so dass soziale Hemmungen entfallen und der Gesichtsverlust vermieden werden kann (vgl. ebd.: 299).

Hierbei stellt sich die Frage: Welche Einflüsse üben solche kontroversen Einschätzungen auf die Erforschung von Identitäten aus? Um diese Frage genauer erläutern zu können, drängt sich zunächst die Frage nach dem Problem der Identität in ihrer klassischen Auffassung auf. Eine gründliche Recherche hat aufgezeigt, dass die Forschungsarbeiten zu dieser Thematik vorwiegend aus psychologischer und soziologischer Tradition entstanden sind. Aus kommunikationswissenschaftlicher Sicht ist sie weniger thematisiert. Demnach werden schwerpunktmäßig neue Perspektiven in Betracht gezogen, in denen die Autoren den Prozess der Gestaltung von unwahren Identitäten mit der Lüge verknüpfen.

1.1 *Identität* - zur Verwendung des Begriffs in klassischer Auffassung

„Was du teurer bezahlst, die Lüge
oder die Wahrheit? Jene kostet dein Ich, diese doch höchstens dein Glück.“
(Hebbel 1965:124)

Der Begriff *Identität* wird im Konzept dieser Arbeit folgenderweise verstanden:

„[...] das mit unterschiedlichen Graden der Bewusstheit und Gefühlsgeladenheit verbundene Selbstverständnis (Selbstgewissheit) von Personen im Hinblick auf die eigene Individualität, Lebenssituation und soziale Zugehörigkeit.“ (Hillmann 2007: 355)

¹ Der Kommunikationsforscher Klaus Scherer beispielsweise orientiert sich ebenfalls an den Sinnen (wie z. B. Sehen, Hören, Riechen, Tasten, Körpertemperatur empfinden) und baut unter Verwendung des *perzeptiven Kontakts* seine Konzepte auf (vgl. Scherer 1984: 19f.). Nach kommunikationswissenschaftlichem Verständnis allerdings erweist sich seine Auffassung der getrennten Sinneswahrnehmung als fehlerhaft.