

CELEBRITY CULTURES

Famous for being famous – die Einsicht in die vermeintlich selbstreferenzielle Dimension von Berühmtheit ist im Alltagswissen angekommen. Werden damit bestimmte Erscheinungsweisen von Berühmtheit als «unverdient» und damit unecht abgewertet, unterstreicht der Slogan doch auch, dass an der Hervorbringung des Celebrity-Status Medien konstitutiv beteiligt sind. Ohne Celebrity Cultures auf einen bloßen Medieneffekt reduzieren zu wollen, fragt der Schwerpunkt nach den konkreteren medialen Bedingungen von Öffentlichkeitswirksamkeit, aber auch nach den Auswirkungen einer durch Social Media massiv veränderten Aufmerksamkeitsökonomie auf den Begriff der Öffentlichkeit selbst (Stichwort Micro-Celebrity). Wie also lassen sich die Verfahren der Celebrity-Konstruktion in gegenwärtigen Medienkulturen – mit Blick auf individuelle Berühmtheiten wie auf die übergreifende gesellschaftliche Tendenz einer «celebrification» – analysieren?



9 783037 349939

zfm

CELEBRITY CULTURES

ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENWISSENSCHAFT

16

I/2017

zfm

ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENWISSENSCHAFT

16

CELEBRITY CULTURES Über Mega-Stars, Micro-Celebrities und andere Berühmtheiten – Phil Collins über Fans – Ein Gespräch über Digital Humanities – Zu Mia Hansen-Loves *L'Avenir* – Gerücht und Outing – Postdocs in Auflösung – 50 Jahre Hochschulbausysteme – Über «Amazon Mechanical Turk»

1/2017

GESELLSCHAFT FÜR MEDIENWISSENSCHAFT (HG.)

zfm

ZEITSCHRIFT FÜR MEDIENWISSENSCHAFT

16 **CELEBRITY CULTURES**

DIAPHANES

INHALT

Editorial

CELEBRITY CULTURES

- 10 PETER REHBERG / BRIGITTE WEINGART
Celebrity Cultures Einleitung in den Schwerpunkt
- 21 STEFANO BRILLI
Zwischen Trash und Transzendenz Zur kollektiven Produktion von lächerlichen Stars auf YouTube
- 37 MATTHIAS KRINGS
Ein Model mit <Makel> Shaun Ross und die Produktion besonderer Berühmtheit in der Modewelt
- 49 P. DAVID MARSHALL
Kommodifizierung von Celebrity Industrialisierte Agency und ihr Wert in der gegenwärtigen Aufmerksamkeitsökonomie
- 61 NICK COULDRY
Celebrity, Konvergenz und das Schicksal von Medieninstitutionen
- 79 IRENE STENGs
Der weltbeste Walzerkönig Zur medialen Erzeugung von Nähe und Intimität mit André Rieu
- 89 WAYNE KOESTENBAUM im Gespräch mit
PETER REHBERG und BRIGITTE WEINGART
Fan-Mail

BILDSTRECKE

- 104 PHIL COLLINS vorgestellt von BRIGITTE WEINGART
the world won't listen

LABORGESPRÄCH

- 114 JOHANNA DRUCKER im Gespräch mit ANNIKA HAAS
Digital Humanities als epistemische Praxis

EXTRA

- 126 LINDA WAACK
Schwierige Freiheit Zu Mia Hansen-Løves «L'Avenir»
- 134 KARIN BRUNS
«Moral Panics?» Gerücht und Outing

DEBATTEN

Für gute Arbeit in der Wissenschaft – Teil III

- 142 CHRISTIAN CARGNELLI
Höchstleistungsmotoren Lehrbeauftragte in Österreich
- 146 IRINA KALDRACK / THEO RÖHLE
Postdocs in Auflösung
- 156 SEBASTIAN GIESSMANN / FLORIAN SPRENGER
Mikromonetarisierung und freie Wissenschaft? Die Wissenspolitik der VG Wort und ihre Folgen
- 166 SERJOSCHA WIEMER
«The Elephant In The Room» Die VG Wort und die verlorene Adresse einer anderen Hochschulpolitik

WERKZEUGE

- 172 KATHRIN PETERS
50 Jahre Hochschulbausysteme
- 178 THOMAS WAITZ
Gig-Economy, unsichtbare Arbeit und Plattformkapitalismus
Über «Amazon Mechanical Turk»

BESPRECHUNGEN

- 185 SOPHIE G. EINWÄCHTER
Aktuelle Themen der Celebrity (und Fan) Studies: Politik, Selbstvermarktung
und Interviews als Forschungsgegenstand und -werkzeug
- 192 LEONIE ZILCH
Human Enhancement und Möglichkeiten der Alterität
- 198 AXEL VOLMAR
Infrastrukturforschung zwischen Kulturtechnikgeschichte und
Critical Infrastructure Studies
- 205 MARIANNE SCHULLER
Studentenbewegung im Spiegel des Merve-Verlags.
Eine kulturwissenschaftliche Reminiszenz
- 209 ASTRID DEUBER-MANKOWSKY
Annette Bitsch Ein Nachruf
- 212 AUTOR_INNEN
- 215 BILDNACHWEISE
- 216 IMPRESSUM

CELEBRITY CULTURES



Oliver Husain, *Purpled Promises*, 2009
Promotional Still (Orig. in Farbe)

«MORAL PANICS?» GERÜCHT UND OUTING

Mechanismen politischer Kulturen unter digitalen Vorzeichen zu untersuchen drängt sich besonders seit dem US-amerikanischen Wahlkampfsjahr, aber auch den europäischen Kampagnen 2016 und 2017 auf. Personalisierungen, Narrative und Spektakularisierungen verschiedener Arten wandern von Plakaten und der Regenbogenpresse in die sozialen Medien, bilden Blasen, stellen uns vor die Herausforderung, sie nicht nur sozialwissenschaftlich nachzuvollziehen, sondern strukturell und kulturwissenschaftlich sprechen zu machen. Karin Bruns, seit 2003 Professorin für Medientheorie an der Kunstuniversität Linz, hat sich früh dem Thema des Gerüchts gewidmet – einem ihrer Forschungsschwerpunkte neben neuen digitalen Formaten im Netz, Gender Studies, Kinogeschichte und Wissenschaftsbildern. Am 7. Oktober 2016 ist Karin Bruns in Linz gestorben. Wir dokumentieren hier einen Vortrag, den sie im Dezember 2014 auf der Tagung der Österreichischen Gesellschaft für Geschlechterforschung ÖGGF, «DE/STABILISIERUNGEN – Theorie | Transfer | Selbst | Gesellschaft», in Graz gehalten hat. Die Thematik wie auch ihre Arbeit werden uns weiter begleiten.

In den Kultur- und Gesellschaftswissenschaften sind Gerüchte ein gleichermaßen marginalisiertes wie umstrittenes Thema.¹ Seit den Anfängen einer institutionalisierten Gerüchtforschung während des Zweiten Weltkriegs hat es immer wieder Versuche einer Begriffs- und Gegenstandsbestimmung gegeben, bis dato jedoch ohne eine systematische kultur- und medienwissenschaftliche Theoriebildung. Der Forschungsgegenstand selbst bleibt durch Unschärfe und Dissens gekennzeichnet. Ich untersuche ihn auf zwei Feldern, deren ethisch-politische Positionen prekär zu nennen sind und zwischen denen das Gerücht zu verorten ist: der Praxis des Outings einerseits und dem Komplex der üblen Nachrede und des Verrats andererseits. Letztere, die Praxis der Denunziation, ist vergleichsweise gut erforscht, aber weitestgehend auf die Untersuchung von Diktaturen oder autoritären Regimen beschränkt. Im Unterschied dazu frage ich nach

¹ Vgl. hierzu grundlegend und für weiterführende Literatur zum Thema Karin Bruns, Un/heimliche Botschaften: Strategien des Leaking – Gerüchte im Netz, in: Ralf Biermann, Johannes Fromme, Dan Verständig (Hg.): *Partizipative Medienkulturen. Positionen und Untersuchungen zu veränderten Formen öffentlicher Teilhabe*, Wiesbaden 2015, 163–184.

den politischen und medialen Effekten von Gerüchten zwischen Stabilisierung und Destabilisierung von Ordnungs- und Machtstrukturen in aktuellen demokratischen Gesellschaftstypen Nordwesteuropas und Nordamerikas.

Als 1984 in der deutschen Presse Gerüchte über eine vermutete Homosexualität des ranghohen Bundeswehr-generals Günter Kießling publik wurden, erschien dieser Verdacht – der sich darauf berief, Kießling sei in Lokalen der Schwulenszene gesehen worden – ausreichend, um den General vom Dienst zu suspendieren. Retrospektiv ist klar, dass es sich damals keineswegs um das unbeabsichtigte Durchsickern heikler Informationen handelte, sondern um einen gezielten Akt der Denunziation. Der Historiker Olaf Stieglitz, der in verschiedenen Forschungsarbeiten die Praxis des Denunzierens und des Whistleblowing im nationalsozialistischen Deutschland, in der DDR und in den USA während der McCarthy-Ära untersucht hat, verortet Denunziationen wie diese in einem psychosozialen Klima zwischen Furcht (*fear*) und Überwachung bzw. sozialer Kontrolle (*surveillance*).² «Denunziatorische Rede und Handlungen», so Stieglitz, sind auf ein allgemeines «kulturelles Spannungsverhältnis von Geheimnis und Verrat einerseits sowie Loyalität und Vertrauen andererseits angewiesen» und darin «je spezifischen sozio-kulturellen Aushandlungsprozessen» unterworfen.³ Gerüchte gedeihen, dies legt auch das Gros der Studien zur Gerücherverbreitung in Kriegs- und Krisenzeiten nahe, besonders gut in einem Klima moralischer Empörung oder Panik. Doch lässt sich heute mit Bezug auf Homosexualität noch von *moral panics*, von einer kollektiven Stimmung unterdrückter Empörung und Angst, sprechen?⁴

In den meisten Ländern Westeuropas führen Gerüchte über Homosexualität inzwischen nicht mehr automatisch zum Verlust des Arbeitsplatzes oder zur Gefährdung von Leib und Leben, auch wenn homophobe Diskriminierung und Gewalt etwa unter Schüler_innen oder außerhalb der Großstädte weiterhin ein Problem darstellt. Seit Ende der 1990er Jahre sind Outing und sexuelle Selbstdeklaration Bestandteil persönlicher Lebens- und Karrierestrategien – eines der bekanntesten Beispiele ist Klaus Wowereit 2001: «... und das ist auch gut so» – wie auch kalkulierter PR- und Medienkampagnen geworden.

Sexuelle Orientierung und Geschlechterzugehörigkeit zählen mit ambivalenter Dynamik zwar zu den privilegierten Sujets der Boulevardmedien und der sozialen Netzwerke, aber nicht jede sexuelle Orientierung wird skandalisiert. Verschiedene bundesdeutsche Minister_innen sorgen in den 2010er Jahren durchaus nicht (mehr) für Schlagzeilen. Ohne dramatische homophobe Untertöne wird etwa auch 2013 über die Verpartnerung des österreichischen BZÖ-Politikers Gerald Grosz berichtet, wohl aber ein «Tabubruch» gegenüber dem verstorbenen FPÖ-Politiker Jörg Haider konstatiert.⁵ Die nationale Euphorie des deutschen Fußball-WM-Titels 2014 machte selbst einen angedeuteten Kuss auf



Abb. 1 Artikel in der *Bild* zu Klaus Wowereits Outing vom 11. Juni 2001

² Vgl. Olaf Stieglitz: *Undercover. Die Kultur der Denunziation in den USA*, Frankfurt/M., New York 2013, dort zu Geschichte und Konzept der *moral panic* in den Cultural Studies: 31–33.

³ Stieglitz: *Undercover*, 31.

⁴ In vielen Ländern ist das zweifellos ungebrochen der Fall. In Uganda beispielsweise führte 2011 das Outing von Lesben und Schwulen im Magazin *Rolling Stone* zu einer Programstimmung in Kampala und schließlich zur Ermordung des Gay-Rights-Aktivistin David Kato Kisule. Aber auch in Ländern des globalen Nordens gewinnen radikale Nationalisten und religiöse Fanatiker verschiedener Religionen an Einfluss. Im Folgenden beziehe ich mich auf sogenannte «westliche» Medienkulturen.

⁵ David Pesendorfer: *Seht her, das ist mein Mann!* Tabubruch bei Haider's Erben – Der BZÖ-Politiker hat seinen Freund Thomas geheiratet, in: *News. Fakten. Leben. Menschen*, dort datiert 27.5.2013, www.news.at/ajgerald-grosz-ehemann-thomas, gesehen am 7.2.2017.

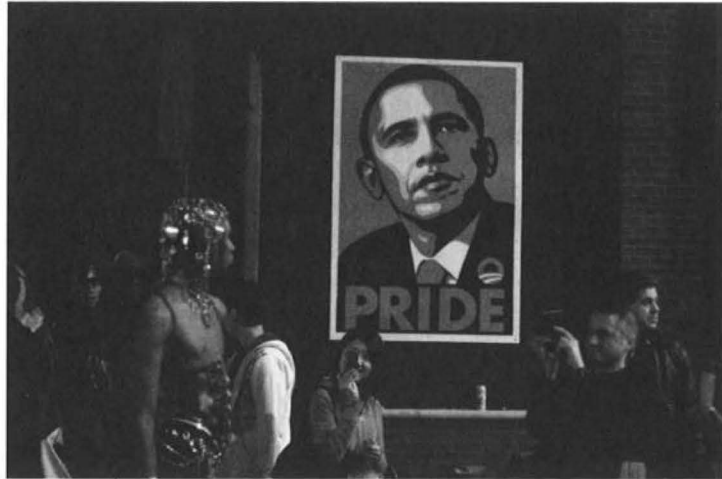


Abb. 2 Barack Obama als Pride-Ikone an einer Hauswand in Chicago, 2008

den Mund zwischen Nationalspielern salonfähig bzw. bildzeitungs-tauglich – im Ausnahmezustand.

In Populärkultur und -musik stehen Praxen des Outings nicht selten im Kontext neuer Marketinginstrumente (z. B. des *Word of Mouth Marketing*, kurz WOMM). Hier erscheinen Homosexualitätsgerüchte sogar als Bestandteil einer neuen («erfolgreichen») Sichtbarkeitspolitik. Sie dienen dabei der Erweiterung von Zielgruppen oder Marktsegmenten.⁶ Kann man darin eine Normalisierung von Homo-

sexualität sehen, wären also Homosexualitätsgerüchte uninteressant geworden? Im Gegenteil. Während sich in Medien- und Unterhaltungsindustrie Erfolg und Glamour an das Sichtbarmachen lesbischer, schwuler, bi- oder transsexueller Persönlichkeiten heften (z. B. Conchita Wurst, Carmen Carrera), so interpretieren andere Sektoren wie die Kirche oder der Leistungssport nicht heterosexuelle Akteur_innen nach wie vor als Destabilisierungsgefahr und schließen sie implizit (Sport) oder explizit (Kirche) aus.

Dass homophobe Gerüchte unverändert als desavouierendes Instrument eingesetzt werden, zeigt die Kampagne gegen das *Same Sex Marriage Law* in den USA, für die Präsident Barack Obama im Mai 2012 öffentlich als Unterstützer auftrat. Als eine Art Initialzündung fungierten das Cover und die Schlagzeile des Magazins *Newsweek*, das Obamas politische Initiative als Coming-out metaphorisiert. Bereits im Vorfeld der Gesetzesdebatte 2010/11 lancierten Zeitungen und Blogs aus dem Umfeld der Tea Party das Gerücht, der Präsident selbst sei schwul. Vertreter der religiösen Rechten wie der Pfarrer Scott Lively und Blogs wie *Fellowship of the Minds* oder *What does it mean?* veröffentlichten Fotografien aus der Studienzeit Obamas auf Hawaii, die ihn in Clubs und in Umarmung mit Männern zeigen.⁷ Die Outing-Kampagne, deren Ausgangspunkt erklärtermaßen bloßes Hörensagen war, kulminierte in der medialen Aufbereitung eines behaupteten Mordfalls. Larry Sinclair, der bei einer Pressekonferenz behauptet hatte, 1999 mit Obama unter Kokain mehrfach Sex gehabt zu haben und ein Paar gewesen zu sein, kam ebenso wie drei angebliche Zeugen aus der Schwulenszene in dieser Zeit «praktischerweise», wie Blogs, Foren und Zeitschriften verschwörerisch räunten, unter «dubiosen Umständen» zu Tode. Man äußerte die Vermutung oder Gewissheit, dass der US-amerikanische Geheimdienst Zeugen aus dem Weg geräumt habe, um Obamas Aufstieg zum Senator und schließlich zum Präsidenten nicht zu gefährden. Sam Greenspans Blog *11 Points* versammelte 2011 eine ganze Liste

⁶ Die russische Band t. A. T. u. (1999–2011) ließ zur Veröffentlichung ihres Songs *All the Things She Said* (2002) beispielsweise wissen, die beiden Sängerinnen liebten Frauen, und inszenierte sie entsprechend auf Covern und bei öffentlichen Auftritten, ähnlich wie später Katy Perry mit *I Kissed a Girl* im Jahr 2008.

⁷ Vgl. ferner Free Britney: Barack Obama – The First Gay President!, dort datiert 14.5.2012, Eintrag im Blog *The Hollywood Gossip*, www.thehollywoodgossip.com/2012/05/barack-obama-the-first-gay-president/, gesehen am 7.2.2017. Oder Michael Musto: Obama is Gay, says Chicago Gossip Columnist, Eintrag im Blog *The Village Voice*, dort datiert 12.11.2012, www.villagevoice.com/blogs/obama-is-gay-says-chicago-gossip-columnist-6379339, gesehen am 7.2.2017.

US-amerikanischer Präsidenten, denen nachgesagt wurde, sie seien schwul. An der Spitze findet sich Obama.⁸

Diese Kampagne rund um den vermeintlich schwulen US-Präsidenten legt nicht nur die eskalierende Dynamik eines Gerüchts offen, sondern demonstriert auch die Effektivität des Protonormalismus, der im Gegensatz zum (bei uns meist vorherrschenden) flexiblen Normalismus um eine «Einengung des Normalitätsfeldes» bemüht ist.⁹ Eine *moral panic* blieb in den USA jedoch aus. Das unausgesprochene Ver- und Aushandeln von Heteronormativitätsstandards via Gerücht oder Outing steht heute vermehrt im Kontext einer *Gossip Industry*,¹⁰ die sich nicht mehr oder nur sehr eingeschränkt dem Codex des klassischen investigativen Journalismus verpflichtet fühlt. Im Feld des Politischen kann das Gerücht als Scharnier zwischen Hegemonie und Anti-Hegemonie bzw. Macht und Ohnmacht fungieren. Es ist ebenso wie das Outing eine identitätspolitische Praxis und eine medienpolitische Intervention mit hochsensiblen, zwiespältigem, ja abgründigem Status. Das Gerücht kennt – anders als beim juristischen Sachverhalt der *Verleumdung und üblen Nachrede* (§ 187 StGB) – keine_n Urheber_in, keine_n Autor_in und ist daher auch nicht zivilrechtlich im Rahmen der Persönlichkeitsrechte verklagbar.¹¹ Aus diesem neben der Eskalationsstruktur wichtigsten Merkmal des Gerüchts heraus zeigen sich nun auch die Möglichkeiten einer politischen Intervention per Gerücht. Gerüchte können als mediale «Störfiguren»¹² eingesetzt werden, um Machtstrukturen zu de-/stabilisieren und Widerstand zu produzieren: das Gerücht als geeignetes Instrument in politischen Konflikten, Auseinandersetzungen und Kämpfen.

Die Anonymität, die den Kern der Gerüchteverbreitung ausmacht, findet ihr adäquates Terrain in den – zumindest partiell anonymisierten oder anonym erscheinenden – Strukturen des World Wide Web, in dem Gerüchte sich mit großer Geschwindigkeit modifizieren. Dies hängt nicht nur mit der Verschiebung der Intimitäts- und Privatheitsgrenze¹³ durch Fernsehen und Internet zusammen, sondern auch mit dem durch Netzjournalismus und Netzpolitik formulierten Transparenzgebot. Die Grenzen zwischen positiv konnotierter Aufklärung einerseits und Veröffentlichung skandalöser Sachverhalte andererseits – also dem *Whistleblowing*, wie Anonymous, Wikileaks und andere mit dem Slogan «We steal secrets» propagieren, und dem negativ konnotierten denunziatorischen Schnüffeln, dem *Snitching*¹⁴ – sind porös geworden. Dies umso mehr, als mit dem *US Patriot Act* vom 26. Oktober 2001 geradezu ein staatlicher Aufruf zur Denunziation erfolgte.

Die der Netztechnologie eigene Logik der Verdopplung (das Spiegeln von Websites, Copy-and-Paste-Routinen u. Ä.) perpetuiert Gerüchte und verwandelt sie durch (Neu-)Kontextualisierung, Kommentierung oder Umformatierung (z. B. von Text in einen YouTube-Clip). Internetgerüchte erscheinen daher unauslöschlich, gerade weil sie formatwechselnd zirkulieren und darin einem Ausweitungs-, Modifikations- und Eskalationsautomatismus unterliegen können.¹⁵ Entscheidend für den Übergang von einem Gerücht zu einer Empörungswelle

⁸ Hier waren neben Obama Bill Clinton ebenso wie James Buchanan und Abraham Lincoln friedlich neben- bzw. untereinandergereiht. Die «Nachweislinks» bestanden, ironisch kommentiert, aus höchst unsicheren Quellen und Boulevardzeitungen. Sam Greenspan: 11 Presidents who might have been gay, dort datiert 15.9.2011, www.11points.com/News-Politics/11_US_Presidents_Who_Might've_Been_Gay, gesehen am 22.8.2014.

⁹ Vgl. Jürgen Link: *Versuch über den Normalismus. Wie Normalität produziert wird*, Göttingen 2009 [1997].

¹⁰ Vgl. Claire Birchall: *Knowledge Goes Pop: From Conspiracy Theory to Gossip*, London 2006, 92.

¹¹ Weitere Varianten, die wenigstens kurz erwähnt seien, sind das Klatschen und Tratschen ebenso wie das *Verpfeifen*, wobei es sich per definitionem um performative Akte handelt, die sich heimlich vollziehen. Auch das verleiht dem Gerücht einen ambivalenten, geradezu unheimlichen Charakter.

¹² Jennifer Eickelmann spricht im Kontext der Empörungswellen im WWW von «Störfiguren», wengleich sie ihnen ausschließlich politisch restabilisierende Effekte zuschreibt. Vgl. Jennifer Eickelmann: *Mediatisierte Missachtung und die Verhandlung von Gender bei Empörungswellen im Netz. Der Fall Anita Sarkeesian*, in: *Onlinejournal kultur & geschlecht*, Nr. 13, 2014, 1–19, hier 2.

¹³ Von «totaler Distanzlosigkeit» spricht Byung-Chul Han: *Im Schwarm. Ansichten des Digitalen*, Berlin 2013, 7.

¹⁴ Vgl. Jim Redden: *Snitch Culture: How Citizens are Turned Into the Eyes and Ears of the State*, Venice, Calif., 2000.

¹⁵ So führte beispielsweise die Klage der ehemaligen Bundespräsidentengattin in Deutschland, Bettina Wulf, gegen das Internetgerücht, sie sei eine Prostituierte gewesen, zu einem massenhaften automatischen Aufscheinen des Hashtags «Bettina Wulf, Prostituierte».



Abb. 3 Free Chelsea Manning-Poster, Montreal 2016

ist, wie das Verbreiten von Hörensagen jeweils gesellschaftlich verortet und markiert wird. Dies gilt auch für die Praxis des Denunzierens.¹⁶ In protonormalistischen Gesellschaften sind Homosexualitätsgerüchte und Outings nach wie vor geeignet, um eine homophobe Empörungswelle auszulösen und etwa Politiker_innen zu Fall zu bringen. Doch bekannte Beispiele wie der Rufmord an dem Soldaten und Whistleblower Bradley (heute: Chelsea) Manning zeigen, wie auch in Gesellschaftstypen, die sich als

demokratisch verstehen, jüngst noch mit sexuellen «Etikettierungen» von Personen Politik gemacht wird.

Manning ist die Informantin, die mit der Weitergabe von Drohnenvideos aus dem Irakkrieg, welche die Tötung von Zivilisten durch US-amerikanische Soldaten zeigen, jenen Wikileaks-Skandal ausgelöst hatte, der dann den Titel *Collateral Damage* bekam. Bereits kurz nach der Verhaftung im Mai 2010 war Manning Erniedrigungen in der Haft und einem beispiellosen Shitstorm ausgesetzt – beides befördert durch Gerüchte über eine mögliche Transidentität Mannings. Durch einen Mittelsmann von Wikileaks, Adrian Lamo, waren Informationen über Mannings weibliches Alter Ego, das unter dem Namen «Breanna» twitterte, in die Netzöffentlichkeit gelangt. Auch Mannings Anwälte hatten Transsexualität während des Strafverfahrens thematisiert und dadurch das Entstehen einer Empörungswelle mit ermöglicht. Am «Fall Chelsea Manning» (seit April 2013 ist die Namensänderung rechtskräftig) wird erkennbar, dass im Feld des Heteronormativen eine Verschiebung stattgefunden hat: Das *Otbering* als Voraussetzung für die Diffamierung und Denunziation richtet sich nicht mehr primär auf Homosexualität, sondern insbesondere auf den Komplex der Trans- und Intersexualität. Schwul- oder Lesbischsein lösen kaum noch *moral panics* aus, solange diese innerhalb der Ordnungsmuster von Zweigeschlechtlichkeit, Monogamie und Familiarismus sichtbar werden. Die neue Zielscheibe empörter Gerüchte sind nunmehr Personen, Subjekte, die das zu repräsentieren scheinen, was Magnus Hirschfeld mit dem Begriff der «sexuellen Zwischenstufen» umschrieb. In Österreich erreichte eine solche Empörungswelle im Mai 2014 fast das Ausmaß einer öffentlichen moralischen Panikattacke: anlässlich des Plakats für den Wiener Life Ball, einer Benefizveranstaltung zugunsten HIV-infizierter und AIDS-kranker Menschen. Der Fotograf David LaChapelle inszenierte das Transgender-Model Carmen Carrera in einem paradiesähnlichen Szenario unter dem Slogan «Ich bin Adam. Ich bin

¹⁶ Vgl. Stieglitz: *Undercover* sowie ferner u. a. Friedrich Koch: *Sexuelle Denunziation. Die Sexualität in der politischen Auseinandersetzung*, Frankfurt / M. 1986; Claudia Reiche, Andrea Sick (Hg.): *Was ist Verrat?*, Katalog, Bremen 2012.

Eva. Ich bin ich.» nackt, einmal mit männlichen, ein anderes Mal mit weiblichen Genitalien. Die moralische Entrüstung richtete sich unter dem Vorwand des Jugend- und Kinderschutzes auf genau jene Verunklarungen von Sexualität und/als Biologie, die auch bei Chelsea Manning im Mittelpunkt standen.

Auch diese beiden jüngsten, durch Transphobie gekennzeichneten Beispiele zeigen jedoch: Gerüchte lassen sich als medialisierte Aushandlungspraktiken zwischen Selbstvergewisserung, Selbstdeklaration (*outing*) und Ausgrenzung (*otbering*) verstehen. Gerüchtekampagnen ebenso wie die unter dem Begriff «Shitstorm» bekannt gewordenen Internet-Empörungswellen¹⁷ knüpfen vielfach an die Strukturen jener *moral panics* an, die bereits in der Zeit vor dem World Wide Web zu beobachten waren. In beiden Zeiten regieren hegemoniale Strategien das Feld von Sichtbarmachung und Sichtbarkeit. Entscheidende Konstituenzien des Gerüchts bleiben sein Modifikationsautomatismus und die ihm innewohnende semantische Bedeutungsmacht, die Botschaft und Bild, Bild und Ton, Film und Text verquicken und verkehren kann, sowie seine Unkontrollierbarkeit, die jederzeit auf genau jene Gruppen und Communities zurückzuschlagen vermag, in denen es sich entwickelt hat.



Abb. 4 Plakat zum Life Ball in den Straßen Wiens 2014, Foto: Karin Bruns

¹⁷ Zu Bedenken gegen den Begriff Shitstorm vgl. Eickelmann: *Medialisierte Missachtung*, 1, Anm. 2.