

Die Kunst der inszenierten Täuschung durch die Konstruktion simulierter Wirklichkeiten in der Hybridform Mockumentary

Masterthesis

Ausgeführt zum Zweck der Erlangung des akademischen Grades
MA (Master of Art)

am Weiterbildungslehrgang **Film, TV & Media**

an der Fachhochschule St. Pölten

von:

Lorenz Brunner

16300760

Betreuer/in und Erstbegutachter/in: Prof. Mag. Dr. Rosa von Suess
Zweitbegutachter/in: Mag. Lothar Riedl

Salzburg, 07.09.2021

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich versichere, dass

- ich diese Arbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.

- ich dieses Thema bisher weder im Inland noch im Ausland einem Begutachter/einer Begutachterin zur Beurteilung oder in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Diese Arbeit stimmt mit der vom Begutachter bzw. der Begutachterin beurteilten Arbeit überein.

Salzburg, 07.09.2021

Ort, Datum



Unterschrift

Kurzfassung

Gegenstand der Arbeit ist das Filmgenre Mockumentary, eine Hybridform des Dokumentarfilms, in der die Grenzen zwischen Fakt und Fiktion zunehmend verschwinden. Die immer größer werdende Fiktionalisierung bewirkt eine leichte Konsumierbarkeit der Produktionen und erreicht dadurch vielmehr Zuseher. Das Problem dabei aber ist, dass niemand mehr weiß, was echt und was erfunden ist. Verwirrung ist das Ergebnis trotz oder wegen der ständig wiederkehrenden Hinweise auf die Fiktion.

Die Arbeit zeigt auf, dass Mockumentarys deshalb so erfolgreich sind, weil sie sich zweier völlig konträrer Eigenschaften bedienen, nämlich gleichzeitig der Realität und ebenso der Fiktion, auf die jedoch der Zuseher immer wieder hingewiesen wird.

Abstract

This master thesis will discuss the Mockumentary film genre, a hybrid form of the traditional documentary that blurs the lines between fact and fiction. Fictionalization allows for easier consumption of this form of media, making it more accessible for viewers and increasing its potential reach. However, problems arise when the difference between what is real and what is fake is obscured, meaning that viewers have a hard time defining the authenticity of the content. Confusion occurs due to the recurring references to fiction.

The following discussion argues that the reason Mockumentaries are popular is because they juxtapose two highly contrasting elements, reality and fiction, which is continuously brought to the viewer's attention.

Inhaltsverzeichnis

Ehrenwörtliche Erklärung	II
Kurzfassung	III
Abstract	IV
Inhaltsverzeichnis	V
1 Einleitung	1
2 Documentary – Mockumentary	4
2.1 Einführung	4
2.2 Mockumentary / Fake-Documentary	4
2.3 Merkmale der Mockumentary	7
2.4 Dokumentartheorien	8
2.5 Dokumentarfilm und Mockumentary–Gegenüberstellung	11
2.6 Erfolgstory Mockumentary	12
3 Inszenierte Wirklichkeit	14
3.1 Einführung	14
3.2 Die Welt als Trugbild	14
3.3 Postmoderne Hybridformen	15
3.4 Reality-Formate	17
3.5 Dauerbrenner Fake-Doku	18
4 Entwicklung der Mockumentary	20
4.1 Einführung	20
4.2 Anfänge des Films / Dokumentarfilms	20
4.3 Neorealismus, Cinéma Vérité und Direct Cinema	25
5 Spannungsfeld Fakt vs. Fiktion	28
5.1 Einführung	28
5.2 Manipulation und Illusion	28
5.3 Fälschung und Fake	30
5.4 Fiktion	31
6 Die Suche nach Wahrheit	32
6.1 Einführung	32
6.2 Wahrheit, Gewissheit und Wahrhaftigkeit	32
6.3 Wahrnehmung und Sehen	34
6.4 Wahrheit und Medien	36

7	Mediale Wirklichkeit	39
7.1	Einführung	39
7.2	Konstruktion der Wirklichkeit durch die Medien	39
7.3	Medienkompetenz	42
7.4	Fälschungen und Fakes in den Medien	44
7.5	Deep Fakes	46
8	Filmbeispiele	49
8.1	Einführung	49
8.2	Borat und Borat Anschluss Moviefilm	54
8.3	Exit Through The Gift Shop	56
8.4	Kubrick, Nixon und der Mann im Mond	58
9	Fazit	62
	Literaturverzeichnis	66
	Filmliste	76
	Tabellenverzeichnis	78

1 Einleitung

Mit Donald Trump und Social Media hat Fake Hochkonjunktur erreicht. Die Medien sind voll von Produktionen, die nur noch zwischen Fakt und Fiktion einzuordnen sind und deren Grenzen zunehmend verschwimmen. Doch warum ist diese immer größere Fiktionalisierung zu beobachten?

Gegenstand der Arbeit ist das Filmgenre Mockumentary, eine Hybridform des Dokumentarfilms, in der die Grenzen zwischen Fakt und Fiktion zunehmend verschwinden.

Die immer größer werdende Fiktionalisierung bewirkt eine leichte Konsumierbarkeit der Produktionen und erreicht dadurch viel mehr ZuseherInnen. Das Problem dabei aber ist, dass niemand mehr weiß, was echt und was erfunden ist. Verwirrung ist das Ergebnis trotz oder wegen der ständig wiederkehrenden Hinweise auf die Fiktion.

Das Ziel dieser Arbeit ist es aufzuzeigen, dass Mockumentarys deshalb so erfolgreich sind, weil sie sich zweier völlig konträrer Eigenschaften bedienen, nämlich gleichzeitig dem Wahren und ebenso der Fiktion, auf die jedoch die ZuseherInnen immer wieder hingewiesen werden.

Die empirische Untersuchung dieser Arbeit erfolgt mithilfe der Methode der Hermeneutik. Anhand der ausgewählten Mockumentarys wird die Überprüfung der aufgestellten Hypothesen vorgenommen. Eine Filmanalyse gewährleistet das Textverständnis und der Literaturvergleich in Hinblick auf Authentisierungsstrategien (wie Kamerablick, Montage, Licht, Off-Kommentar, ect.) und Inszenierungsmethoden ergänzt die Untersuchung. Weitere Gesichtspunkte, wie soziokulturelle Grundlagen im Zusammenhang der Entstehung werden mittels essayistischer Kommentare erläutert.

Wir leben in einer Zeit, in der Fake Hochkonjunktur hat. Auswanderungs-Dokus, Gerichtssendungen, Familienberatungen, Reportagen "mitten aus dem Leben" - alles inszeniert und die Fans lieben es. Es stellt sich die Frage, ob die Fake-Kultur die logische Folge einer modernen Gesellschaft ist, die sich in einer unwirklichen Medienlandschaft bewegt und der Halbwahrheiten aufgetischt werden. Oder ist es eine Gesellschaft, die in der Fiktion die sinnvolle Konsequenz einer sich reflektierenden Welt findet (Ortmann, 2004, S. 11)?

Das Thema der Arbeit soll Filmschaffenden das Genre Mockumentary deren Einordnung zwischen Fiktion und Dokumentation ermöglichen, sowie die Tatsache aufzeigen, dass der Mensch Fiktionen braucht, um Wahrheit zu erfahren.

Die Grundthese dieser Arbeit lautet, dass Wahrheit eine veränderliche Größe ist und Realität und Fiktion sich annähern. Die Beweisführung der aufgestellten Hypothesen erfolgt mittels der Untersuchung von ausgewählten Filmen und deren Analyse. Ähnlichkeiten und das Gemeinsame bezüglich Kameraführung, Montage, Licht, Kommentar und weitere Merkmale werden hervorgehoben.

In den folgenden Kapiteln werden die Besonderheiten der filmischen Hybridform Mockumentary vorgestellt, auf die Spannungsfelder Wahrheit und Fiktion eingegangen und Forschungsergebnisse zu diesem Thema angeführt. Das Resultat dieser Arbeit ist ein Überblick über das Filmgenre Mockumentary und die Ursachenforschung der Beliebtheit bei den ZuseherInnen durch Literaturvergleich.

Definition Basisbegriffe

Authentizität: Glaubwürdigkeit, Unverfälschtheit, Wahrheit

Dokumentarfilm: Film mit Dokumentaraufnahmen, der Begebenheiten und Verhältnisse möglichst genau, den Tatsachen entsprechend zu schildern versucht.

Fake: vermeintlich wirkliches Geschehen vorgeben, tatsächlich, aber digital bearbeitet.

Hermeneutik: Lehre von der Auslegung und Erklärung eines Textes oder eines Kunst- oder Musikwerks

Hoax: Jux, Scherz, Schwindel, künstlerische Form der Fälschung

Mockumentary: parodistischer Film, der den Anschein erwecken soll, ein echter Dokumentarfilm zu sein

2 Documentary – Mockumentary

2.1 Einführung

Die Antwort auf die Frage, warum Mockumentarys so erfolgreich sind, erfordert, das Thema von allen Seiten zu beleuchten. Kapitel 2 beschreibt die Grundlagen der Mockumentary und erklärt, worum es sich bei diesem erfolgreichen Genre handelt. Es fasst die wichtigsten Eckpunkte zum Thema Fake-Doku zusammen, angefangen bei der Studie von Roscoe und Hight, die die verschiedenen Arten differenziert und nach der Stärke der Reflexivität zum Dokumentarfilm einordnet, über die Glaubwürdigkeit des Dokumentarfilms bis hin zu aufgedeckten Manipulationen. Die Merkmale der Mockumentary, unterschiedliche Dokumentarfilmtheorien, einschließlich der Typologie des Dokumentarfilms nach Nichols und eine Gegenüberstellung von der echten Doku und ihrem Fake sind weitere Gegenstand des Kapitels. Abschließend wird aufgezeigt, dass dieses Filmgenre so erfolgreich ist, weil Fiktion die sinnvolle Konsequenz einer sich reflektierenden Welt ist, wo sich die Grenzen zwischen Realität und Fiktion nicht mehr eindeutig bestimmen lassen.

2.2 Mockumentary / Fake-Documentary

Das Filmgenre Mockumentary lässt das Filmpublikum formal glauben, dass es sich dabei um Dokumentarisches handelt, obwohl diese Filmgattung immer auf einer fiktiven Basis aufbaut, die den ZuseherInnen nicht verschwiegen wird (Schulze, 2011, S. 7). Mittels Fiktionsmarkern wird immer wieder auf die Fiktivität hingewiesen. Die Mockumentarys bedienen sich sowohl der Faktualität als auch der Fiktion, um die behandelten Themen entweder zu parodieren, zu kritisieren oder um sie einfach greifbarer zu machen (Roscoe & Hight, 2001, S. 4).

Diese falschen Dokumentarfilme, auch Fake-Documentary genannt, weisen zwei Charakteristika auf: Erstens, der Ursprung dieser Mockumentary ist dem Publikum vertraut, er ist eine Art Kopie. Zweitens, die Bedeutung von "to mock" (verspotten, nachahmen), weist auf das parodierende Element der Fake-Doku gegenüber dem Genre

Dokumentarfilm hin, das durch die Aneignung der dokumentarischen Codes oftmals einfließt.

Der Fake-Doku-Film macht neben dem auf Wahrheit basierenden Doku-Stil auf die Täuschung aufmerksam. Ohne diese Hinweise würde dieser Film ein Dokumentarfilm sein, der aber gefälscht ist (Wegner, 2003, S. 4).

Agnes Varda bezeichnet die Fake-Doku als „Documenteur“, weil es so aussieht, als ob die Fake-Doku etwas über die Welt sage, stattdessen zeigt der Film etwas über das „Über-die-Welt-sagen“ (Wegner, 2003, S. 7).

Das Phänomen Selbstspiegelung des Dokumentarfilms existiert, seitdem dieses Genre medial verbreitet wird. Die Betonung der Schwierigkeiten, die zu bewältigen waren, um zu einem „wahrhaftigen Bild“ zu kommen, und um „die vorfilmische Referentialität“ zu verbessern, ist die typische Form dieses Phänomens. Die steigende Selbstbeobachtungsintensität bewirkte immer stärkere selbstreferentielle Mechanismen (Cinéma Vérité), deren Höhepunkt die Mockumentary darstellt (Wegner, 2003, S. 7).

Die bisher ausführlichste Studie zum Thema „mock-documentary“ stammt von Jane Roscoe und Craig Hight (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 44). Sie waren die ersten, die den falschen Dokumentarfilm untersuchten und verschiedene Arten der „Mock Docness“ unterschieden (Wegner, 2003, S. 12) und ordneten sie nach der Stärke der Reflexivität zum Dokumentarfilm, der Parodie, der Kritik und der Dekonstruktion zu (Roscoe & Hight, 2001, S. 64-67).

Sie grenzen darin verschiedene Formen ab und definieren die Unterschiede zum Dokumentarfilm. Damit schaffen sie den ersten Überblick über die Entwicklung und die Vielzahl an unterschiedlichen Formen und weisen darauf hin, wie schwierig die Definition des Dokumentarischen ist (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 44).

Der Dokumentarfilm lebt von seiner Glaubwürdigkeit. Man sieht nicht, wie die Aufnahmen eines Films entstanden sind, doch vertraut das Publikum den ProduzentInnen trotzdem. Der unausgesprochene Kontrakt zwischen RegisseurInnen und ZuseherInnen und das Vertrauen zum Kippen bringen kann, wie es Mitte der 1990er Jahre geschah, als die sogenannte Born-Affäre aufgedeckt wurde.

Dem Filmemacher Michael Born wurde vorgeworfen, über 30 dokumentarische Reportagen für das Fernsehen bewusst inszeniert zu haben. Er wurde schlussendlich verurteilt, da ihm 16 Fälschungen nachgewiesen werden konnten. Born begründete sein Fälschen damit,

dass sich das Fernsehen von “Infotainment“ zur “Infofiction“ verändere. Danach wurden die Kontrollen verschärft und an die journalistische Ethik appelliert. Manipulationen sind heutzutage immer schwerer nachweisbar. Bewiesene Fälschungen in Japan und Großbritannien führten zu einem enormen Prestigeverlust des Dokumentarischen und waren mit hohen Geldstrafen verbunden, aber der Kampf um Einschaltquoten lässt den Druck stetig steigen sensationelle Bilder zu liefern (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 41-42). Wenn die ProduzentInnen dieser gefälschten, bzw. inszenierten Dokumentarfilme und Reportagen auf die nachgestellten Sequenzen durch eine Schrifteinblendung hingewiesen hätten, wären diese Filme nicht als Fälschung bezeichnet worden und es hätte kein juristisches Nachspiel gegeben.

Beim Subgenre des Dokumentarfilms, das mit Begriffen wie Mockumentary, Fake- oder Pseudo-Doku bezeichnet wird, wird bewusst mit den Erwartungen der ZuseherInnen gespielt, die man durch Hinweise auf die Fälschung aufmerksam macht. Mockumentarys wollen enttarnt werden, sie wollen nicht betrügen, sondern die ZuseherInnen sollen sie durchschauen und sich dadurch unterhalten: Vom inszenierten Dokumentarischen, was es seit den Anfängen gibt, über bewusste Fälschung, sogenannte Hoax (= Jux), bis zur Mockumentary, die sich der Codes der Dokumentationen bedient, um sich darüber lustig zu machen. Letztere sind seit den 1990er Jahren sehr beliebt und definieren die Grenze zwischen Fakt und Fiktion neu (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 41-44). Kerstin Stutterheim spricht wegen der Marker bei solchen Filmen von Fake:

Auch die Fake - Dokus beruhen auf einer genauen Kenntnis der filmischen Mittel sowie der Rezeptionserfahrungen und -erwartungen des Publikums in Bezug auf das Genre des dokumentarischen Films. Dabei haben wir es also nicht mit Fälschungen zu tun, sondern mit filmischen Arbeiten, die erkennen oder zumindest vermuten lassen, dass sie keine tatsächlichen dokumentarischen Filme im klassischen Sinne sind. Hier werden Ereignisse oder Personen genutzt, um mit geschicktem Einsatz der filmischen Mittel zunächst den Eindruck zu erwecken, dass man tatsächliche Erkenntnisse, Erinnerungen und eventuell sogar Archivmaterialien entdeckt hätte, die einen neuen, interessanten Aspekt eröffneten (Hoffman, Kilborn, 2012, S.44).

„Kubrick, Nixon und der Mann im Mond“ 2002 von William Karel ist ein gutes Beispiel einer Mockumentary. Dieser Film will nachweisen, dass die Aufnahmen der Mondlandung von 1968 inszeniert wurden, und zwar von Stanley Kubrick.

Bereits 1999 sorgte in den USA “The Blair Witch Project” von Daniel Myrick und Eduardo Sanchez für Aufsehen. Dieser Horrorfilm mit dokumentarischen Mitteln war einer der ersten Filme, die mittels Internet das Interesse bestimmter Zielgruppen weckte (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 44).

Diese und zahlreiche andere Fake-Dokus wollen von den ZuseherInnen durchschaut werden. Um diese ironischen Näherungen an die Wirklichkeit enttarnen zu können, bedarf es einer Medienkompetenz, die sich in den vergangenen Jahren entwickelt hat, da die Medienkonsumenten täglich mit hybriden TV-Formen und Reality-TV konfrontiert sind.

Doku-Soaps und Pseudo-Dokus, die den Anschein erwecken, sie seien dokumentarisch, füllen die Fernsehprogramme. Sie sind fiktionale Formate, erwecken aber den Anschein dokumentarisch zu sein. Die ZuseherInnen werden nicht aufgeklärt, sondern durch Authentifizierungssignale im Glauben bestärkt, es handle sich um reale Ereignisse (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 50).

Der Wahrheitsgehalt des echten Dokumentarfilms ist noch immer Ethos und vor allem im Bereich journalistischer Reportagen und Dokumentationen präsent. Der Dokumentarfilm ist mit seinem Willen zum Wahren fallweise durch aufgedeckte Fälschungen der Berichterstattung in Misskredit geraten, auch wenn Dokumentarfilme erfahren mussten, dass durch bessere filmische Methoden wahrheitsgetreuere Ergebnisse erreicht wurden. Dennoch betonen Mockumentarys ihren ZuseherInnen gegenüber immer wieder, keine Lügen zu erzählen. Den Rekord bezüglich dieser immer wieder eingestreuten Marker erzielt “The Blair Witch Project”. Sie bewirken hier, dass die ZuschauerInnen mehr zu sehen glauben, als im Film zu sehen ist (Wegner, 2003, S. 16-17).

2.3 Merkmale der Mockumentary

Die Merkmale der Mockumentary sind die Inszenierung bestimmter Sachverhalte mit wiederkehrenden Hinweisen auf den eingeschränkten Wahrheitsgehalt. Dadurch erfolgt eine Bewusstmachung der Konstruktion medialer Wirklichkeit und andererseits Erhöhung der Glaubwürdigkeit durch Verwendung von Teilen außerfilmischer Realität.

Laut Edthofer weisen Fake-Dokus drei Ebenen der Wirklichkeitskonstruktion auf:

- 1 Die außerfilmische Wirklichkeit – das gesellschaftliche Umfeld, in dem Fake-Dokus produziert werden.
- 2 Die filmische Wirklichkeit – die der Film darstellt.
- 3 Die Wirklichkeitskonstruktionen – auf die die Fake-Dokus Bezug nehmen, um die Glaubwürdigkeit des Films zu erhöhen (Edthofer, 2008, S. 241).

2.4 Dokumentartheorien

Die Merkmale des Dokumentarfilms sind: Eindruck von Wirklichkeit, Echtheit, Objektivität und Wahrheit. Sie können zugleich verfälscht und subjektiv wirken und erschweren deshalb Definition und Theoriebildung. Eine Grundstruktur konträrer Wahrnehmungsgrundlagen findet sich jedoch auch beim Spielfilm (Edthofer, 2008, S. 180-181).

Die Dokumentarfilmtheorien, die sich im Lauf der Zeit entwickelt haben, sind sehr unterschiedlich. Einige der Genannten zeigen einen Einblick in die interessante Thematik:

Hattendorf diskutiert im Text „Fingierter Dokumentarfilm“ die Merkmale des Dokumentarfilms und stellt die Frage, ob sich der Dokumentarfilm an seinem Wahrheitsgehalt messen kann (Hattendorf, 1995, S. 191).

Berg-Walz unterscheidet beim Dokumentarfilm anhand seiner Merkmale zwei Grundrichtungen – fiktional oder nichtfiktional (Berg-Walz, 1995, S. 58). Marchal verlangt, dass der Dokumentarfilm die Defizite des Fernsehens aufheben soll, und die Wirklichkeit im Zusammenhang zeigt (Marchal, 1996, S. 244).

Hohenberger fordert die Unterscheidung in Spiel- und Dokumentarfilm aufzuheben. Sie meint, Formen wie Reportagen, Magazine, Chroniken, Natur-, Reise-, Unterrichtsfilme, Dokumentarfilme mit Spielfilmanteilen bis zu Propagandafilmen sind ebenso dem Dokumentarischen zuzuordnen (Edthofer, 2008, S. 179).

Sie spricht von drei Realitäten. Eine, die der Film abbilden soll, eine die er darstellt und eine, die er unter Einbeziehung der ZuseherInnen vermittelt (Hohenberger, S. 61).

Zimmermann wiederum bestreitet, dass es sich beim Dokumentarfilm um ein eigenständiges Genre handelt:

Es gibt nicht den Dokumentarfilm, sondern ein Ensemble dokumentarischer Formen, das die verschiedensten Mischungen eingeht und von der Geschichte des Fernsehdokumentarismus nicht zu lösen, sondern im Gegenteil von diesen maßgeblich geprägt ist. (...) Dokumentarfilm ist zudem nicht einfach eine Qualität, die den Filmen als Abbildung realer Verhältnisse zugerechnet werden kann, sondern eine im gesellschaftlichen Kommunikationsprozess zwischen Autoren und Vermittlern und Publikum stets sich neu herausbildende Übereinkunft darüber, was als dokumentarisch, wahr und authentisch zu gelten hat und akzeptiert wird (Berg-Walz, 1995, S. 58)

Heller ist ebenso der Meinung, dass Filme „prinzipiell unterschiedslos Artefakte sind.“ (Heller, 2001, S. 23)

Er sieht den Unterschied von Spiel- und Dokumentarfilm auf ein Differenzverhältnis hin begründet. Der Dokumentarfilm deutet nämlich gleichzeitig über das Sichtbare und bildlich Gezeigte auf die außer- und vorfilmische Realität hin (Heller, 2001, S. 18). Fast jeder Film ist nach seiner Genrezugehörigkeit gekennzeichnet, um dem Publikum eine Orientierung zu geben.

Kluge spricht von den drei Kameras, die den Dokumentarfilm und seinen „Tatsachenzusammenhang“ konstruieren. Das technische Gerät Kamera, die im Kopf des Filmemachers und die der Zuschauererwartung (Heller, 2001, S. 24).

Schillemann spricht von einer formgebenden Tendenz, die die Möglichkeiten des Films hervorhebt, Realität zu manipulieren und neu zu erschaffen (Schillemann, 1995, S. 17).

Flusser schlägt vor, beim Dokumentarfilm anstatt von real von „weniger-fiktiv“ zu sprechen (Flusser, 1995, S. 93).

Die ZuschauerInnen wissen, wenn sie einen Spielfilm ansehen, dass er „konstruiert“ ist. Von einem Dokumentarfilm erwartet sie, dass ein Thema dokumentiert oder bewiesen wird, obwohl auch er konstruiert ist und dem subjektiven Einfluss der RegisseurInnen unterliegt. Dokumentarfilme werden als konservierte Wirklichkeit betrachtet, die Wahrscheinlichkeit der Konstruktion wird meist vernachlässigt (Edthofer, 2008, S. 180-181).

Von einer Krise des dokumentarischen schreibt Huber (2001) und nennt zwei Gründe, die sie hervorgerufen könnten:

2 Documentary – Mockumentary

1. Die Dokumentar - Mentalität der Zuschauer wurde von der „anything goes“ - Mentalität abgelöst und beraubt den Dokumentarfilm seiner Grundlage, das Bewusstsein der Zuschauer zu verändern und verändern zu wollen.
2. Die elektronische Revolution verschluckte die Wirklichkeit und simuliert sie jetzt mit den Gesetzen der Massenmedien neu.

Er spricht von einer Krise, Tatsache ist jedoch, dass dokumentarische Formen dauernde Veränderungen erfahren, was die Erwartung der ZuschauerInnen und die Intension der ProduzentInnen betrifft (Edthofer, 2008, S. 184).

Deleuze zitiert Nietzsches Formulierung, dass „etwas Neues sein Wesen niemals zu Beginn offenbaren kann, sondern das, was es von Anfang an war, nur auf einem Umweg seiner Entwicklung zu erweisen vermag“ (Deleuze, 1991, S. 63).

Arriens betrachtet den Dokumentarfilm als „Dokument und Film in eins“ (Arriens, 1999, S. 104). und Wossidlo (1999) meint, dass Dokumentarfilme als Kommunikationsprozess betrachtet werden sollen, der mit der ersten Einstellung seinen Anfang nimmt und mit der Zuschauerrezeption schließt (Edthofer, 2008, S. 188).

Odin (1995) bezeichnet es als unwahrscheinlich, dass sich die hergestellte Bedeutung bei der Produktion und der Rezeption decken (Hattendorf, 1995, S. 85).

Sind es also Filme wie Fake-Dokus oder andere postmoderne Hybridformen des Dokumentarischen, die den Dokumentarfilm durchschauen lassen? Es scheint so zu sein. Auch neue Kunstwerke werden oft erst später verstanden. Durch Vergleich der neuen Kunst mit alten Werken jedoch öffnet sich die Moderne (Edthofer, 2008, S. 188).

Die Aufstellung einer geschichtlichen Typologie des Dokumentarfilms stammt von Nichols. Die aufgelisteten fünf Modi beziehen sich jeweils aufeinander.

Der Expository Mode der 20er und 30er Jahre war ein journalistischer und beobachtender Stil mit einem gesprochenen Kommentar durch eine Autorität oder eine/n ErzählerIn.

Erst in den 60er Jahren kam der Observational Mode auf, bei dem die Eigenaussage des Bildes mehr Gewicht hat als der gesprochene Text. Später, beim Interactive Mode kamen die gefilmten Personen selbst zu Wort, Bilder und Kommentar waren zweitrangig.

Beim Reflexive Mode der 80er Jahre stellten die DokumentarfilmerInnen die dokumentarische Form in Frage, indem sie den Prozess der Bedeutungskonstruktion in den Vordergrund stellten.

Beim letzten, von Nichols als Performative Mode bezeichneten Typus der 90er Jahre, verschwimmen die Grenzen zwischen Spiel- und Dokumentarfilm. Ihre Regisseure rücken die subjektiven Bilder ihrer Vorstellungen in den Vordergrund. Dabei geht es den FilmemacherInnen nicht mehr um die Wahrheit, sondern sie teilen der Welt ihre ganz persönliche Sicht auf eine gewisse Sache mit. Alltagsbilder spielen bei diesem Modus eine große Rolle, die Filmarbeit ist der Videoarbeit gleichzusetzen (Edthofer, 2008, S. 189-190).

Hattendorf spricht davon, dass die Subjektivität seiner Meinung nach besonders starke filmische Authentizität erzeuge. Die Glaubwürdigkeit, die von ihr ausgeht, sei eine Art „filmische Strategie“ (Hattendorf, 1994, S. 75)

Die ständige Veränderung des Dokumentarfilms zeigt anhand Nichols Typologie, dass die Frage nach Wahrheit, nach Abbildung der Realität immer weniger von Bedeutung ist, sondern Subjektivität und in der Folge daraus Authentizität (Edthofer, 2008, S. 191).

2.5 Dokumentarfilm und Mockumentary-Gegenüberstellung

Echte Dokus unterscheiden sich nur im Detail von ihren „Fakes“. Sie zeigen jedoch nicht das Dargestellte im Mittelpunkt ihres Interesses, sondern die Instanz der Vermittlung. Typisch für die Mockumentary ist, dass sie sich auf bereits vorhandene Bilder bezieht, sie „erfindet“ das Original mittels des Abbilds und verwischt das Erfundene, um für ein Dokument des Originals gehalten zu werden (Wegener, 2003, S. 18).

Mockumentarys agieren parodistisch, da sie kein neues Bild an die Stelle der dokumentarischen, wahren Bilder setzen, sondern die konventionelle Form der Doku eher imitieren. Ihrem Vorbild nähert sich die Fake-Doku nicht skeptisch oder ironisch, um sein Wahrheitsprinzip zu übertreffen, sondern konzentriert sich auf dessen Wirkung und Effekte (Wegener, 2003, S.18-19).

Jameson schreibt über das kritische Potential, die jede Parodie enthält: „the actual intent of parody is the generation of a critical commentary“ (Roscoe & Hight, 2001, S. 29). Sich einen Stil anzueignen und sich über ihn

lustig zu machen, heißt auch, gegen den normativen Diskurs “that takes itself seriously” zu arbeiten (Wegener, 2003, S. 29).

Palm (2000) bezeichnet es als „Trugbild“, welches den Willen zur Wahrheit aushebelt, „als es sowohl das Original und das Abbild, die beide noch unter der gesetzmäßigen Idee der Wahrheit stehen, voneinander ununterscheidbar macht“. Er findet den Wahrheitswillen der Mockumentarys „päpstlicher als der Papst“ (Palm, 2000), weil sie in Hinblick auf die Filme, auf die sie sich beziehen, ganz nach Vorschrift vorgehen und dadurch das dokumentarische Wahrheitsideal zu Fall bringen.

2.6 Erfolgstory Mockumentary

Das Filmgenre Mockumentary ist so erfolgreich, weil Fiktion die sinnvolle Konsequenz einer sich reflektierenden Welt ist, in der die Wahrheit eine veränderliche Größe ist und in der sich Realität und Fiktion annähern.

Mockumentarys wecken durch die Vermischung von Inszeniertem und Dokumentarischem die Emotionen der ZuseherInnen und erzielen dadurch hohe Einschaltquoten. Filme über verschiedene Naturthemen z.B. locken Millionen Menschen ins Kino. Der Mensch ist heute vorwiegend visuell orientiert und ununterbrochen mit Bildern über alle Geschehnisse, über die Massenmedien informiert. Woher die Bilder stammen, ist meist unwichtig, die MedienkonsumentInnen vertrauen den BerichterstatteInnen oder Online - Portalen.

Erst Fake - Dokus zeigen auf, dass die Dokus oder Berichte inszeniert sind, indem die Bilder bearbeitet oder aus dem Zusammenhang gerissen wurden.

Die FilmemacherInnen decken Geheimnisse auf, ExpertInnen beglaubigen die Richtigkeit der Top - Secret - Dokumente und bewirken eine hohe Glaubwürdigkeit.

Eine mögliche Ursache, dass die Medien mit ihren Bildern einen so großen Einfluss auf ihr Leben haben, könnte das Orientierungsdefizit der Menschen sein. Die immer größeren Wahlmöglichkeiten für die Lebensführung lassen eine Leere entstehen und die Medien bieten dafür Sekundärerfahrungen, um diese zu füllen.

Obwohl die KonsumentInnen dieser Formate die konstruierte Realität meist

durchschauen, fallen sie auf die Inszenierung herein. Die Manipulation funktioniert, da ja doch etwas davon wahr sein könnte.

Wahrheit und Wirklichkeit sind heutzutage schwer zu unterscheiden. Absolute Gewissheit zu erlangen ist kaum möglich, da unser Leben täglich eine Mischung aus Wahrheiten und Lügen inkludiert. Die Lüge schließt auch Wahrheit ein, denn die Illusion und der Schein üben eine starke Faszination auf den Menschen aus. Die Lüge bezeichnet Lissmann (2004) als die zweite Natur des Menschen, der ihn zu einem bewussten und zivilisierten Wesen macht (Edthofer, 2008, S. 114).

Das Geschäft mit fiktiven Formaten läuft, deshalb ist es wichtig, dass Manipulationen aufgedeckt werden. Nicht nur in den Medien wird getrickst, die Lüge begleitet den Menschen und sein Tun von Anbeginn.

Der Duden (DUDEN, 2001, S. 312) definiert Fiktion als bewusst gesetzte widerspruchsvolle oder falsche Annahme als methodisches Hilfsmittel bei der Lösung eines Problems, also unterstütze Fiktion die Realität und bietet nicht reale Alternativen. Sie stellt dem Menschen Modelle bereit und erleichtert ihm den Umgang mit Realität. Der wahrscheinliche Grund, warum seit einigen Jahren drastische, realistische Aufnahmen bei den ZuseherInnen so gut ankommen, ist vielleicht die Auflösung sozialer Strukturen, meint Edthofer. Der hohe Medienkonsum bewirkt die Isolation der Einzelnen. Ideologien werden über Bilder, die Werte vermitteln, aufgebaut. Sie bieten Halt, Identität und ein Zugehörigkeitsgefühl (Edthofer, 2008, S. 95).

Die Grenzen zwischen Realität und Fiktion scheinen sich aufzulösen. Was wahr oder falsch ist, fiktiv oder dokumentarisch, ist oft nicht eindeutig zu unterscheiden. Die Menschen wollen unterhalten werden, das sinnliche Vergnügen und der intellektuelle Lustgewinn stehen im Vordergrund.

3 Inszenierte Wirklichkeit

3.1 Einführung

Kapitel 3 beinhaltet die Inszenierung der Wirklichkeit mittels Massenmedien, insbesondere durch die postmodernen Hybridformen des Dokumentarischen, wie Reality-Formate und Fake-Dokus.

Fake-Formate boomen seit Jahren, deshalb ist die Frage von Interesse, ob eine Fake-Kultur die logische Folge einer modernen Gesellschaft ist, der Halbwahrheiten vorgesetzt werden und die in einer unwirklichen Medienwelt zu Hause ist.

Die Tatsache, dass der Mensch von heute, aufgrund der mannigfaltigen Wahlmöglichkeiten, ein immer größeres Orientierungsdefizit für sein Leben erfährt, macht das Filmgenre der Fake-Doku und alle ihre verwandten Formen so beliebt und erfolgreich. Die Medien tragen mit ihnen zur Sozialisation in die Gesellschaft bei, indem sie Sekundärerfahrungen bieten, die Defizite ausfüllen (Edthofer, 2008, S. 138). Die Menschen finden in der Fiktion die sinnvolle Konsequenz einer sich reflektierenden Welt, in der Wahrheit eine veränderliche Größe ist und in der Realität und Fiktion sich annähern.

3.2 Die Welt als Trugbild

Als sich um 1900 die neuen Massenmedien zu entwickeln begannen, übernahmen sie zunehmend die Aufgabe ein, „allen gemeinsames Wirklichkeitsmodell durch das Gefühl des authentischen Dabeiseins“ (Bentele / Rühl, Schmid, 1993, S. 110) zu vermitteln, indem sie Wirklichkeiten inszenierten. Seitdem sind Medien in immer größerem Ausmaß Konstrukteure unserer sozialen Welt.

Medienberichte konstruieren bewusst und produzieren somit Ereignisse. Sie berichten nicht was war, sondern was sein wird und verändern auf diese Weise die Realität. Der Mensch von heute wird in diese konstruierte Welt hineingeboren und sozialisiert. Die Frage, ob wir durch Erfahrungen die Welt um uns konstruieren oder sie schon davor besteht und abgebildet wird, kann nicht eindeutig beantwortet werden.

Palm meint, dass das Parodistische der Mockumentarys zu dem Ergebnis führt, dass nun alles als eventuelle Fälschung gelten kann. Er bezeichnet die Fälschung als „taktisches Mittel, das die Möglichkeit deutlich vor der Wirklichkeit favorisiert.“ (Palm, 2000) Er sagt, sie führe uns in ihrer Grundhaltung vor, dass alles auch ganz anders sein könnte, ohne diesen Platz des anderen, aber genauer zu besetzen und von diesem aus zu urteilen. Die Frage stellt sich, ob die Menschen nicht den Glauben an die Welt verlieren, wenn ihnen diese wie ein „Trugbild“ erscheint.

In „Das Zeit-Bild“, einer kinophilosophischen Abhandlung, bemerkt Deleuze, dass es ein wesentliches Merkmal der heutigen Zeit sei, dass wir nichts mehr glauben: „Wir glauben sogar nicht mehr an die Ereignisse, die uns widerfahren: an Liebe und Tod, als ob sie uns nur zur Hälfte angingen. Nicht wir machen das Kino, es ist die Welt, die uns als schlechter Film vorkommt.“ (Deleuze, 1991, S. 63)

Palm formuliert Folgendes: „Durch das Autonom werden des Bildes können sie (die gefälschten Bilder) erfinderisch, fabulierend, mythenbildend und experimentell werden und ersetzen das Bild einer wahren Welt durch den Glauben an eine mögliche Welt.“

Er bezeichnet es als

„das parodistische Genießen, das sich aber erst entfalten kann, wenn man an die Möglichkeit dessen, was die Fake-Dokus zeigen, erst einmal geglaubt hat. Die Ununterscheidbarkeit zwischen wahr und falsch sei Koketterie mit der Wahrheit und als die Quintessenz der Mockumentarys.“ (Wegener, 2003, S. 21)

3.3 Postmoderne Hybridformen

In den 1990er Jahren entwickelte die BBC in Großbritannien die sogenannte Doku-Soap, die sofort zum Quotenbringer wurde. Ihre Struktur und der Spannungsaufbau entsprechen dem der Seifenoper. Diese dokumentarischen Serien wurden auch im deutschen Sprachraum von Privatsendern und öffentlichen Fernsehsendern ausgestrahlt und bewirkten hohe Einschaltquoten. Der Blick auf das Leben anderer, das Vergleichen des eigenen Lebens mit dem der DarstellerInnen, machte diese Serien so

erfolgreich. Sie agieren spontan, was gewollt ist, da sie keine professionellen SchauspielerInnen sind (Edthofer, 2008, S. 214).

Goffmann spricht schon 1969 davon, dass „alle Theater spielen“, ebenso im Alltag. Er beschreibt dieses gespielte Selbst als Bild, das durch das Rollenspiel erzeugt wird. Dieses Selbst ist somit das Ergebnis einer Inszenierung, also Show. „In unserer Gesellschaft werden die Rolle, die man spielt, und das Selbst, das man ist, in einer gewissen Weise gleichgesetzt, und diese Selbst – als Rolle – wird meist als etwas gesehen, was im Körper seines Besitzers zu Hause ist. [...]“ (Goffmann, 1969, S. 231)

Die Doku-Soap ist ein Genre, das das Privatleben öffentlich macht und aber zugleich Individuelles hervorbringt. Die verschiedenen Reality-Formate unterscheiden sich in Sachen Wahrheit kaum voneinander, bei allen kommen die gleichen Authentisierungsstrategien und Inszenierungsstile zum Einsatz (Edthofer, 2008, S. 215).

Der Doku-Markt und das Genre haben sich zum Mainstream-Format entwickelt. Auch Netflix investiert große Summen und setzt seit 2018 vermehrt auf Eigenproduktionen, denn das Interesse für Dokus ist größer denn je (Gaspar, 2019, S. 15).

Das Medienprodukt Wirklichkeit verkauft sich gut, laut Braun (2001) sind die Massenmedien gleich Geldmaschinen und sind daher eng an die Konsumkultur gebunden. Es geht vorrangig um Zielgruppen und Konsumenten. Er spricht davon, dass es sich in den neuen Medienformaten um transportierte Mythen und Geschichten handelt und die in ihnen versteckten Ideologien. Durch die Medien kommt es zu einer Koppelung vom Mythos des wahren Lebens mit dem Mythos des Konsums. Diese damit verbundene Angleichung ist gewollt, da Konsum die Kontrolle und Disziplinierung der Gesellschaft ermöglicht (Braun, 2001).

Formate wie Doku-Soaps und Doku-Dramen, die mit der Fake-Doku verwandt sind, erfreuen sich beim Publikum größter Beliebtheit. Es sind dokumentarische Mischformen, die inszeniert sind, Privates und Alltägliches zum Thema haben und deren Wahrheitsanspruch fraglich ist. Die Medien tragen mit dem Reality-TV zur Sozialisation der Gesellschaft bei, sie beeinflussen uns in alle Richtungen und lehren uns ZuschauerInnen mittels Daily-Soaps das Leben zu meistern. Das Ergebnis davon ist, dass

„wir offensichtlich nicht in einer, sondern in vielen Wirklichkeiten leben und wir alle Ansprüche an letztgültige Wahrheiten aufgeben müssen“ (Schmidt, 1996, S. 46).

Wahr – falsch, fiktiv – dokumentarisch ist nicht eindeutig zu erkennen, Unterhaltung steht im Vordergrund, die Heller als Entfaltung spielerischer Fantasie, als sinnliches Vergnügen und als intellektuellen Lustgewinn bezeichnet (Heller / Zimmermann, 1995, S. 97). Die Grenzen von real oder fiktiv, öffentlich oder privat verschwimmen bei allen Hybridformen immer mehr, Spiel und Inszenierung überwiegt.

Ulrich Seidl verwischt in seinen Filmen diese Grenzen völlig. „Hundstage“ oder „Models“ sind laut Ankündigung eine Mischung aus inszeniertem Dokumentarfilm und Spielfilm mit dokumentarischem Wert. Seidl kommentiert in einem Interview: „Inzwischen ist die Inszenierung die eigentliche Methode geworden. Anders gesagt: Ich mache zum Beispiel keinen Unterschied zwischen Schauspielern und Laien oder zwischen Spielfilm und Dokumentarfilm. Worum es mit letztlich geht, ist die Glaubwürdigkeit auf der Leinwand.“ (Seeßlen, 2000, S. 78)

Das Gesagte spiegelt wider, wie heute Bilder produziert werden. Alles wird inszeniert, wie das Gesehene interpretiert wird kommt auf die Rezipienten und ihre Sehgewohnheiten an (Edthofer, 2008, S. 212).

3.4 Reality-Formate

Da Kameras immer kleiner, leichter und vor allem günstiger geworden sind, wurde es jedem möglich Filme zu produzieren und darüber hinaus konnten sich komplett neue Medienformate entwickeln.

Die Vereinfachung von digitalem Schnitt und Ton, Weitergabe durch digitale Speicher, waren Voraussetzungen dafür. Unschärfe und schlechter Ton sorgen für Authentizität, das Rezeptionsverhalten hat sich an diese Aufnahmen angepasst. Wackelige Bilder vermitteln Realität, außerdem wird dem Amateurfilmer nicht zugetraut, erfundene Geschichten zu produzieren.

Um den Eindruck von Authentizität zu erwecken, sind unruhige Kamera, Unschärfe, schlechter Ton und schwaches Licht oft verwendete Methoden.

Ein weiterer Faktor ist der Kommentar von ExpertInnen, der Blick und Gedanken manipuliert.

“Big Brother“ und viele andere Reality - Dokus sind umstritten und gerade deshalb erfolgreich. Die ProduzentInnen dieser Formate geben vor, den ZuseherInnen das echte und authentische Leben zu vermitteln. Der eigentliche Wert der Reality.-. Formate ist, dass sie dem Publikum Erfahrungsmodelle und Gelegenheit zur Selbsterkenntnis bieten. Der Voyeurismus der ZuseherInnen fordert, das private Leben der KandidatInnen zu sehen. Weil das aber nicht umsetzbar ist, wird es einfach inszeniert. Aus diesem Grund kann man Reality - TV - Formate zu den inszenierten fiktionalen Genres zählen, da sie konstruierte Wirklichkeit nach Hause liefern (Edthofer, 2008, S. 217-218).

Wirklichkeit, kulturelle Wirklichkeit, ist nichts, das sich ereignet und bloß aufgezeichnet werden kann; es ist aber auch nichts, das sich unter laborartigen sozialen Bedingungen reproduzieren ließe. „Wirklichkeit“ ist längst ein Zeichensystem, ein Informationsgehalt. Wirklichkeit funktioniert und hört als inszenierte nicht auf zu funktionieren, trotzdem ihre Konstruktionsbedingungen durchschaut werden (Braun, 2001).

3.5 Dauerbrenner Fake-Doku

Wir sind heute vorwiegend visuell orientiert, leben in einer Welt, in der Bilder ineinander übergehen, aber auch austauschbar sind. Dokumentarische Aufnahmen werden durch Film, Fernsehen und Internet verbreitet, sind oft nur Beiwerk oder Illustration. Sie haben aber eine große Wirkung, weshalb sie auch oft massenhaft eingesetzt werden.

Unser Wissen über die Welt und die aktuellen Geschehnisse erfahren wir zum größten Teil über die Massenmedien, Internet, TV, Dokus. Der Medienkonsument vertraut den BerichterstatteInnen, die vor Ort recherchieren und davon berichten. Die Frage, woher die Bilder und Informationen eigentlich stammen, stellt sich nicht. Dass die Wahrheit politisch reguliert, inszeniert und produziert wird, führen uns erst Fake-Dokus vor Augen, wenn sie die Bilder aus dem Zusammenhang reißen und auf diese Weise von einem neuen Standpunkt betrachten lassen.

Die RegisseurInnen werden zu AufklärerInnen, die an den geheimen Orten Einblick in Top-Secret-Dokumente gewähren, um die Politik der Mächtigen

aufzudecken. Diese Geheimnisse, die Unwissenheit machen den Menschen Angst. Fachleute werden als WahrheitsvermittlerInnen angesehen und DokumentarfilmemacherInnen, die ExpertInnen zu Wort kommen lassen, erreichen eine immense Glaubwürdigkeit. In der Welt der Kunst ist das Kunstwerk von Fachleuten abhängig und umgekehrt. Die FälscherInnen tun ihr Übriges dazu (Römer, 2001, S. 33).

Was ist die Ursache, dass mediale Bilder eine so große Wirkung auf die Menschen haben? Es ist durch ein sowohl individuelles als auch kollektives Orientierungsdefizit verursacht, das die immer größeren Wahlmöglichkeiten für die Lebensführung mit sich bringt. Die Medien bieten Sekundar-Erfahrungen, die die Defizite ausfüllen können (Edthofer, 2008, S. 138).

Watzlawick sagt, es sei notwendig, die Leere zu füllen, weil wir in einem „sinn- und ordnungslosen Universum“ (Watzlawick, 1981, S. 195) nicht überleben können.

Baudrillard versucht in einer Hypothese den „vanishing point“ (Baudrillard, 1990, S. 17) zu finden. Es ist der Punkt, der verschwindet, wenn nichts mehr wahr ist, ähnlich dem Doppler-Effekt, der durch die Nähe von Tonquelle und Tonempfänger entsteht.

Die konstruierte Realität der Medien wird von den ZuseherInnen durchschaut, funktioniert aber trotzdem. Warum ist das so, obwohl uns bewusst ist, dass die selektive Berichterstattung manipuliert? Wir fallen immer wieder auf die inszenierte Wirklichkeit herein, weil ja doch etwas davon wahr sein könnte. Es ist ein Kennzeichen unserer Zeit, dass wir Wahrheit und Wirklichkeit nicht mehr konkret trennen können (Edthofer, 2008, S. 139-140).

4 Entwicklung der Mockumentary

4.1 Einführung

Die Hybridform Mockumentary imitiert den Dokumentarfilm, weshalb die Betrachtung der Entwicklung des Dokumentarfilms für die Arbeit von Bedeutung ist.

Kapitel 4 zeigt die Anfänge des Films und des Dokumentarfilms auf, als mit den kurzen Stummfilmen der Gebrüder Lumière alles begann, später in den 1920er Jahren, als sich der Begriff der Dokumentation in vielen Ländern etablierte und Theorien entwickelt wurden und danach, als der Genrebegriff nach Grierson in Bezug auf den Dokumentarklassiker "Nanook of the North" (1922) von Robert Faherty geprägt wurde. Weiters beinhaltet das Kapitel die Weiterentwicklung des Films durch das Aufkommen des Direct Cinema und die Entstehung des Cinéma Vérité des Jean Rouch. Die Filme des Neoliberalismus in Italien, ebenso wie die Nouvelle-Vague-Filme in Frankreich, entstanden im dokumentarischen Stil, häufig mit Handkamera gedreht an Originalschauplätzen, mit natürlichem Licht. Der Erfolg der dokumentarischen Formate ab den 1990er Jahren in TV und Kino setzt sich bis jetzt fort.

Der Wandel der kollektiven Wahrnehmung in der wachsenden Industriegesellschaft veränderte mit diesen Filmen das Weltbild der Menschen, erweiterte aber damit die Wirklichkeit, in der Realität und Fiktion sich annähern.

4.2 Anfänge des Films / Dokumentarfilms

Die ersten Filme waren eine Sensation und auch heute, wenn auch mit großem Werbeaufwand, wird für Spiel- und Dokumentarfilme noch nie Dagewesenes versprochen. Jahr für Jahr werden Produktionen perfektioniert, das Gesetz des Marktes verlangt es.

Die digitale Technik verhalf dem Spielfilm zu ungeahnten Möglichkeiten, aber auch dem Dokumentarfilm, der die Eingriffe gekonnt zu verwischen versteht und der ja die Aufgabe hat, dem Publikum echte und glaubwürdige Inhalte zu vermitteln.

Schon die ersten Dokumentarfilme versprachen Objektivität und Genauigkeit und vernachlässigten die kritische Reflexion des Mediums, was sich bis heute bei der Produktion von Dokumentarfilmen fortsetzt. Seine Strategie ist, den BetrachterInnen im Moment der Wahrnehmung durch die Erzählstruktur zu fangen und weitere Interpretationen zu unterbinden. Dem/r ZuseherIn bleibt aufgrund der Geschwindigkeit des Durchlaufs keine Zeit zur Reflexion, er wird in eine totalisierende Erzählstruktur gezwungen. Die Folge dieser Strategie ist, dass das Publikum für illusionistische Erzählweisen empfänglicher wird (Edthofer, 2008, S. 164).

Bereits in den Anfängen der Filmgeschichte schufen die Brüder Lumière und Georges Méliès mit ihren Filmen eine erste Dichotomie (= Dualität) der Filmästhetik. Auguste und Louis Lumière filmten Szenen aus dem realen Leben, wie zum Beispiel die Ankunft eines Zugs, gut durchdacht, anscheinend weitgehend unmanipuliert (Schulze, 2011, S. 29). Sie sahen im Film eine Erweiterung der Fotografie und entwickelten mit der dokumentarischen Macht des Realismus für damals überwältigendes Cinéma Vérité (Edthofer, 2008, S. 166).

Méliès kam vom Illusionstheater, war ein genialer Trickpionier und gilt als Urvater des Spielfilms. Er spielte ähnlich einem Zauberer auf dem Jahrmarkt mit der Wahrnehmung der ZuseherInnen mit traditionellen Filmtricks, die auch heute noch in ihrer Grundstruktur Verwendung finden (Edthofer, 2008, S. 167).

Die Gebrüder Lumière mit den Filmen "L'Arrivée d'un Train en Gare de La Ciotat" (Ankunft eines Zuges) und "La Sortie des Usines Lumière" (Arbeiter verlassen die Lumière-Werke) wurden als die Erfinder des Dokumentarfilms bezeichnet, was jedoch inzwischen in Frage gestellt wird, da verschiedene Fassungen gefunden wurden, was beweist, dass diese Aufnahmen inszeniert waren (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 23). Bereits damals war bereits eine gewisse Polarisierung erkennbar, die Zuordnung in Fiktion bzw. Non-Fiktion erfolgt aber erst später (Schulze, 2011, S. 30).

In den Zwanzigerjahren des vorherigen Jahrhunderts etablierte sich der Begriff der Dokumentation. Erst damals entwickelte sich die bewusste Gestaltung des Films. Man entwickelte Theorien und war durch dokumentarische Filme aus dem Ausland beeinflusst. Zwischen Deutschland, der Sowjetunion, Frankreich, Italien, den Niederlanden und den USA fand ein reger Austausch statt. Ausgefallene Kamerapositionen, schneller Schnitt, Vertonung und Musik waren wichtige Themen. Die

dokumentarische Funktion des Abbilds wurde schon damals kritisiert (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 24).

Berthold Brecht bezeichnet das Dokumentarische im Jahre 1931 etwas „Künstliches, etwas Gestelltes“. Er sprach sich damit gegen einen Realismusbegriff aus, der in der bloßen Abbildung die Wahrheit der Realität zu erkennen glaubte (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 25). Der englische Begriff „documentary“ bezeichnet ein mehr oder weniger strenges Konzept reinen Beobachtens, aber auch das des zufälligen Beobachtens (Edthofer, 2008, S. 168). Die Genrebezeichnung geht auf John Grierson zurück, der den Begriff in Bezug auf den Dokumentarfilmklassiker „Nanook of the North“ (1922) von Robert Faherty verwendete (Schulze, 2011, S. 30).

Der Film über das ursprüngliche Leben der Inuit gilt als Meilenstein des Dokumentarfilms. Inzwischen weiß man jedoch, dass die ProtagonistInnenen gecastet wurden, die Inuit statt mit Gewehren mit Speeren jagen mussten und Nanook mit seiner Film-Frau gar nicht verheiratet war. Heute würde man Nanook und viele der damaligen sogenannten Kulturfilm als hybride Formen bezeichnen. Die Einschätzung, was ein Dokumentarfilm ist, hat sich verändert und hängt maßgeblich von der Rezeption der ZuschauerInnen ab (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 26).

Der Begriff des Dokumentarischen geht auf eine 1926 erschienene Filmkritik von Robert Flaherty zurück, in der er dem Südseedrama „Mona“ „documentary value“ zusprach. Es wurde jedoch schon 1914 im Zusammenhang mit dem Film „In the Land of the Headhunter“ von dokumentarischem Material gesprochen (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 23).

Laut Grierson gehört zum documentary - Begriff auch eine bestimmte formale Gestaltung, vielmehr forderte er einen kreativen Umgang mit der Realität (Grierson, 1998, S. 21-25). Die Inszenierung des Dokumentarischen ist somit ein qualitatives Merkmal für deren Güte (Edthofer, 2008, S. 169).

Mit Vertov, Flaherty, Grierson und Ivens begann sich eine Filmtheorie zu entwickeln. Sie machten hauptsächlich dokumentarische Filme und waren sich darin einig: Das dokumentarische Vorgehen solle die Welt erklären, bzw. interpretieren. Der Film sei der Wahrheit verpflichtet (Hörl, 1996, S. 99).

Für Grierson waren die Schriften Kants über Ethik und Ästhetik und deren Hervorheben des Werts der Sinneswahrnehmung im Erkenntnisprozess

von Bedeutung. Sie besagen, dass die Wahrnehmung nicht nur Schein oder Täuschung des Bewusstseins, sondern vielmehr der einzig mögliche Zugang zur Wirklichkeit seien (Schmitz, 2001, S. 172).

Die seit den Anfängen des Films strikte Trennung von Wirklichkeits-Produktion und Ästhetik wurde fortgesetzt und von den Nachfolgern des klassischen Dokumentarfilms bis in den Fernsehbereich übernommen. Die Beweiskraft der Bilder war das Wichtigste, die subjektive Konstruktion und das ästhetische Kalkül wurden verleugnet (Prümm, Edthofer, 1998, S169).

Gesellschaftliche Krisen führten zu einer Forcierung des dokumentarischen Genres. In den 30er Jahren des vorigen Jahrhunderts kam es in den USA im Rahmen des New-Deal-Program zu einer Polarisierung des Dokumentarfilms.

Wegen des Aufwands der Tonaufnahmen wurden dokumentarische Filme stumm gedreht und erst später vertont. Synchrone Tonaufnahmen waren erst Ende der 1950er Jahre möglich, was eine Beobachtung des Alltags mit Originalton möglich machte.

In Großbritannien entstand der englische Dokumentarfilm während der schlimmsten Wirtschaftskrise, die Unruhen der 60er Jahre brachten das Direct Cinema hervor (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 26-27).

Der Stil des Direct Cinema kam aus den USA, das Konzept der Kamera, die beobachtete, ohne ins Geschehen einzugreifen, wurde entwickelt. Filme wie "Primary" (1960) über den Wahlkampf J.F. Kennedys z.B. und viele Musik-Dokumentationen wurden gedreht. Der einstündige Film "Primary" wurde aus 40 Stunden Material geschnitten, also sind die Filme des Direct Cinema auch bewusst gestaltet.

Bedingt durch die neuen Aufnahmemöglichkeiten entstand gleichzeitig das Cinéma Vérité des Jean Rouch. Er nutzte die Kamera, um damit zu provozieren, um bestimmte Prozesse auszulösen, die er anschließend dokumentierte (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 25).

Seit den 1990er Jahren sind dokumentarische Formate sowohl im Fernsehen als auch im Kino erfolgreich. Durch Vermischung von inszeniertem und dokumentarischen Material werden die Emotionen der ZuseherInnen geweckt und hohe Einschaltquoten erzielt. Im Kino erreichen verschiedene Natur- und Tierfilme und Filme von Michael Moore wie "Bowling for Columbine" (2002) in Deutschland mehr als eine Million ZuseherInnen oder Sönke Wortmanns Dokumentarfilm über die

Fußballmeisterschaft „Deutschland. Ein Sommermärchen“ (2006), über 4 Millionen (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 28).

Dokumentarfilm und Spielfilm haben sich angenähert, die Menschen haben längst gelernt, die Bilder kritisch zu betrachten. Eine eindimensionale Sichtweise kann heute ein Thema nicht mehr ausreichend erfassen, denn der Dokumentarfilm macht deutlich, dass das Gezeigte nur eine Version verschiedener Möglichkeiten ist.

Dass beim Dokumentarfilm mehr Gewicht auf Dramaturgie und emotional orientierte Geschichten gelegt wird, führte zum großen Erfolg dieses Genres (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 30). Kay Hoffmann bezeichnet die vielfältigen Formen als „Spiele mit der Wirklichkeit (Hoffman, Kilborn, 2012, S. 39).“

Der Dokumentarfilm hatte anfangs wenig ZuseherInnen und als Kinoform gab es ihn meist nur in der Avantgarde oder in der Propaganda (Elsaesser, Hoffman, Kilborn, 2001, S. 33). Spielfilme und ihre Darstellung der Wirklichkeit waren für die Menschen dieser Zeit gleichsam realistisch, wie Dokumentarfilme, nur beliebter, weil sie unterhaltsamer waren als sozialkritisch (Edthofer, 2008, S. 170).

Schmitz schreibt, die Menschen wären damals von allen Arten des Films derart fasziniert gewesen, dass sie die filmische Wirklichkeit in ihr eigenes Leben einfließen und diese künstliche Wirklichkeit schließlich zu einer zweiten Natur der Menschen wurde. Dafür verantwortlich war der Wandel der kollektiven Wahrnehmung in der wachsenden Industriegesellschaft, die Aufladung der Bezeichnung „Realismus“ zur moralischen Norm des Authentischen. Die neuen Medien ließen die Sicherheit unmittelbarer Welterfahrung ins Wanken geraten, erweiterten aber zugleich die Wirklichkeit (Schmitz, 2001, S. 156). Parallel dazu entwickelte sich eine Filmtheorie, Authentisierungsstrategien und die Rolle des Publikums wurden wichtiger.

Grierson und Vertov waren der Ansicht, der Dokumentarfilm sei der Wahrheit verpflichtet und sollte mit seinen in der Wirklichkeit vorgefundenen Stoffen die Welt erklären (Hörl, 1996, S. 99). Grierson meinte, mithilfe der Kamera einen unbegrenzten Zugang zur Welt öffnen zu können. Beeinflusst von den Schriften Kants, waren für ihn Ethik und Ästhetik von Bedeutung: Die Wahrnehmung sei der einzig mögliche Zugang zur Welt und nicht nur Schein und Täuschung des Bewusstseins. Er sah seine Arbeit „als kreativen Umgang mit der Wirklichkeit“ (Edthofer, 2008, S. 172).

Der Filmemacher Flaherty verwendete die Kamera ebenso wie Vertov zur Erforschung der Wirklichkeit. Auf diese Arbeitsweise aufbauend gründeten Drew, Wiseman, Pennebaker und Leacock die Bewegung des "Direct Cinema". Aufbauend auf Flahertys Grundgedanken entwickelte sich die "Documentary" - Bewegung (Hörl, 1996, S. 108).

Vertov und seine Gruppe der Kinoki verglichen die Kamera mit einem vorurteilsfreien Auge. Das Ziel der Kinoki war es, das Filmpublikum aus seiner passiven Rolle zu locken, soziale Verantwortung und künstlerisches Experiment war für sie vorrangig. Man war so von der Technik fasziniert, dass die Inhalte ins Hintertreffen gerieten und es zu Inszenierungen durch Retuschen und technische Tricks kam (Hörl, 1996, S. 93).

Kinos lösten ab 1900 die Wanderkinos ab, was dazu führte, dass es aus ökonomischen Gründen zu einer Zunahme von Inszenierungen führte, denn das Kinopublikum verlangte nach Abwechslung. Es kam, um immer wieder neue Filme zu sehen. Ereignisse wurden gespielt, man wartete nicht darauf, dass sie passierten. Die Krönung Edwards VII von England wurde z.B. mit einem Laiendarsteller gefilmt, ehe sie überhaupt stattfand. Dass ein Dokumentarfilm einmalig ist, hatte man bereits in seinen Anfängen verworfen. "Sortie de l'usine Lumière" wurde einfach nachgedreht, als der alte Filmstreifen abgenutzt war (Hohenberger, 1988, S. 14).

Auch Flaherty versetzte seine Dokumentaraufnahmen mit Spielszenen, indem er seinen Darsteller „Nanook“ mit einem Speer jagen ließ, obwohl dieser längst moderne Waffen verwendete (Edthofer, 2008, S. 175).

4.3 Neorealismus, Cinéma Vérité und Direct Cinema

In Italien entstand nach dem 2. Weltkrieg der Neorealismus. Seine Filme zeigten den Alltag der Arbeiter und Begebenheiten aus der Perspektive der einfachen Leute. Laiendarsteller, Dialoge im Dialekt der Arbeiter, Drehen an Originalschauplätzen mit natürlichen Lichtverhältnissen und Sozialkritik war typisch für neorealistische Filme.

Rossellini, Visconti, De Sica sind bedeutende Vertreter dieser detailgetreuen und dokumentarisch gedrehten Spielfilme, die als Gegenpol zu den romantischen und melodramatischen Filmen Italiens zu sehen sind. Die

neorealistischen Spielfilme waren Wegbereiter für dokumentarische Formen wie Direct Cinema.

In Frankreich entstanden in dokumentarischem Stil, häufig mit Handkamera gedrehte Nouvelle Vague–Filme. Alltagsszenen an Originalschauplätzen, gewollt spontan wirkend, war für sie typisch.

In den 60er Jahren entstand das Direct Cinema. Ihre Filmemacher betrachteten sich als reine Beobachter und zeigten ungestellte, authentische Situationen. Es gab keinen Drehplan, sie versuchten Personen und Handlungen abzubilden, wie sie sich auch ohne anwesende Kamera verhalten und ereignet hätten. Dieses objektive Vorgehen sollte den Zuschauern ermöglichen, sich unbeeinflusst eine Meinung zu bilden.

Der technische Fortschritt, Handkameras und empfindliches Filmmaterial, Zoom und Weitwinkelobjektive ermöglichten das Filmen im Stil des Direct Cinema. Er definierte sich über die Technik und ist sogar selbst als eigene Technik bezeichnet worden (Edthofer, 2008, S. 177-178).

Bitomsky verglich die Theorie des Direct Cinema mit der des dokumentarischen Kriegsfilms: Leichtes Gerät, keine Interventionen durch den Filmemacher, wenig ästhetischen Ansprüche (Bitomsky, 2003, S. 208).

Die ersten Kinofilme waren inszenierte Jahrmarktattraktionen und bis heute ist ein Film dem Markt unterworfen. Ob Dokumentarfilm, Spielfilm, authentisches oder inszeniertes Format, Gewinn war und ist oberstes Gebot.

Natürlich gibt es auch RegisseurlInnen, die sich den Marktbedingungen nicht unterwerfen wollen und sich aus dem ökonomischen Prozess heraushalten. Es ist ihnen wichtiger mit ihrem Werk etwas in Bewegung zu setzen und die ZuschauerInnen zum Nachdenken zu bewegen.

Der Dokumentarfilmer Jakob Brossmann fühlt sich dem Direct Cinema verpflichtet und setzt in seinen Projekten kaum Inszenierungen ein. Er bezeichnet den transparenten Umgang mit Fiktionalisierungen im Dokumentarfilm als schmalen Grat, auf dem sich Kunst und Wahrhaftigkeit überschneiden. Das Vertrauen des Publikums bezeichnet er als kostbares Gut und deshalb ist es ihm eine Verpflichtung, die Welt mit den Mitteln des Kinos so erlebbar zu machen, wie er sie im Lauf der Recherche und beim Dreh wahrgenommen hat.

Ohne Inszenierung ist dokumentarisches Kino jedoch nicht möglich. Seit "Nanook of the North" werden bevorstehende Filmszenen mit den Darstellern besprochen. Heutzutage werden die meisten Dokumentarfilme richtiggehend zur Marktreife entwickelt. Nur das Filmmaterial, das genug Schauwert verspricht, wird verwendet, um sich auf den Festivals gut zu verkaufen. Andere fragile Projekte haben leider wenig Chancen. (Brossmann, 2021, S. 19)

Es ist eine Tatsache, dass seit der Erfindung der Kamera Aufnahmen inszeniert werden. Ein wichtiger Faktor ist auch, ob das Publikum mediengeschult ist und die Aussage des Films versteht. Da dies auf soziokulturelle Bedingungen fußt, können Interpretationen sehr verschieden ausfallen und zu Falschinterpretationen führen (Edthofer, 2009, S. 214-226).

Realität wird von den Menschen auf verschiedenste Weise wahrgenommen, z.B. durch die Medien. Die MedienkonsumentInnen sehen die Welt durch die Augen der JournalistInnen, der FilmemacherInnen und glauben vieles, auch wenn es unglaublich erscheint. Die Medienmacher haben es in der Hand, dem Leben der KonsumentInnen einen apokalyptischen oder Chancen aufzeigenden Weg zu weisen. Die Apokalypse ist aus Sicht des menschlichen Gehirns immer besonders anziehend und das hat evolutionäre Gründe. Der Urmensch musste Gefahren schnell erkennen und handeln, um zu überleben. Darum kriegen die Klicks und hohe Einschaltquoten, die vor angeblichen Gefahren warnen oder Negatives posten. (Bauer, 2019, S. 2)

Die grundsätzliche Frage nach der Realitätsnähe von Spielfilm und Dokumentarfilm kommt vielleicht zu dem Ergebnis, dass mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede zu finden sind und die Unterscheidung in verschiedene Genres von den ProgrammgestalterInnen getroffen wird, um dem/r ZuseherIn eine Orientierungshilfe über den Wert des Gezeigten zu geben (Edthofer, 2008, S. 163).

5 Spannungsfeld Fakt vs. Fiktion

5.1 Einführung

Kapitel 5 untersucht das Spannungsfeld Fakt vs. Fiktion und versucht eine Antwort auf die Frage zu finden, warum die Täuschung eine Quelle der Lust an Fantasie, Imagination und eigener Wirklichkeit sein kann.

Das Publikum liebt die Fake-Formate, obwohl es ihm bewusst ist, dass sie Inszenierungen sind, die voll von Stereotypen und bekannten Erzählmustern stecken. Es kann gute Fälschungen von Originalen nicht mehr unterscheiden. Der Fake (=Hoax) ist eine künstlerische Form der Fälschung, die ein Produkt herstellt, um Wirklichkeit zu erzeugen

Das Ergebnis dieser Untersuchung zeigt, dass trotz des Bewusstseins der Manipulationen der unkritische Fan dieser Formate den Filminhalt als Orientierungshilfe für sein tägliches Leben betrachtet. Wahrscheinlich geschieht das, da es nie möglich sein wird absolute Gewissheit zu erlangen, da das Leben der Menschen eine Mischung aus Realität und Fiktion mit sich bringt.

.

5.2 Manipulation und Illusion

Doku-Soaps und andere Fake-Formate sind beim Publikum beliebt, obwohl ihm die Inszenierungen bewusst sind und es die Stereotypen und Erzählmuster erkennt. Warum will die Welt betrogen werden?

Um einen Film zu verstehen, muss der/die ZuseherIn das Wissen, dass es nur Bilder sind, die aus Punkten bestehen, ausschalten. Anscheinend wollen die Fans der Fake-Dokus die Manipulationen vergessen, die Sendung, den Film nur genießen und das Gezeigte als Orientierung für ihr Leben betrachten (Edthofer, 2008, S. 113).

Wahrscheinlich ist es die Erkenntnis, dass es nicht möglich ist, absolute Gewissheiten zu erlangen, weil unser Leben mit seinem sozialen Gefüge eine Mischung aus Wahrheiten und Unwahrheiten mit sich bringt. Lüge impliziert auch Wahrheit. Illusion und Schein sind Phänomene, die den

Menschen faszinieren. Lissmann (2004) bezeichnet die Lüge als zweite Natur des Menschen, die ihn zu einem bewussten und zivilisierten Wesen macht (Edthofer, 2008, S. 114).

Das Geschäft mit Spielfilmen und Reality-Formaten läuft, reale Fiktion und fiktionale Realität hält die „Illusionsmaschinerie“ am Laufen. Wir leben in einer Zeit der Informationsgesellschaft, deshalb ist es wichtig, dass manipulierte Wahrheiten aufgedeckt werden.

Manipulierte Informationen müssen jedoch aufgedeckt werden, da die Massenmedien die Macht haben ins Bewusstsein der Medienkonsumenten einzudringen und ihr Verhalten zu beeinflussen. Es geht den Medienmachern darum, durch Werbung Bedürfnisse zu wecken und bestimmte Meinungen zu bilden, während sie den KonsumentInnen gleichzeitig vermitteln, sie würden unbeeinflusst entscheiden. Da aufgrund der digitalen Technik Reales von Inszeniertem schwer zu unterscheiden ist, haben die Medien beim Publikum ein leichtes Spiel.

Lügen zu verbreiten ist nicht nur ein moralisches Problem. Die Lüge begleitet den Menschen seitdem es ihn gibt und betrifft sein Tun, seine Werke, erstreckt sich auf die Medien und die Kunst. Sie ist ein oft notwendiger Teil von Kommunikation, wenn die Reflexivität getestet wird, wenn sich die Frage stellt, ob der eine dem anderen Glauben schenkt.

Kant kritisierte die Lüge als Kommunikationsform, Nietzsche dagegen sieht sie metaphysischer als die Wahrheit. Er bezeichnet die Täuschung als Quelle der Lust an Fantasie, Imagination, eigener Wirklichkeit. Im Gegensatz sei die Realität nur wahr, schmerzhaft (Edthofer, 2008, S. 115). Laut Nietzsche ist die Suche nach der Wahrheit, trotz Lust an Fiktionen aller Art, ein Überlebenstrieb. Die Menschen brauchen die Wahrheit, um in Frieden zusammenleben zu können.

Schopenhauers Ansatz liegt darin, dass jemanden belügen bedeutet, den anderen in seinem Verhalten zu beeinflussen und zu steuern. Die Lüge schleicht sich in das Bewusstsein des anderen ein und verändert dessen Erkenntnisvermögen. Betrachtet man die verschiedenen Medien im Sinne Schopenhauers, scheint es, dass Fakes in der Medienlandschaft überwiegen (Edthofer, 2008, S. 116). Den Medien, der Werbung, dem Marketing etc. geht es darum, Bedürfnisse zu wecken und den Menschen glaubhaft zu machen, sie würden völlig frei entscheiden (Edthofer, 2008, S. 117).

Täuschungen hätten jedoch ohne Wahrheit keine Wirkung meint Partenheimer. Er bezeichnet die Lüge „die andere Seite der Wahrheit, die Aufhebung der Gegensätze, die Endlichkeit von Norm und Autorität, ihre Überwindung, das Unmögliche, die Unsicherheitszonen, die Unruhe, der Unsinn“ (Partenheimer, 2004, S. 117).

Denn die Lüge ist nichts anderes als das Erkennen der wirklichen Existenz anderer und des Bedürfnisses, diese Existenz mit der unseren in Einklang zu bringen, die sich jedoch nicht mit ihr in Einklang bringen lässt. Die Lüge ist schlicht die ideale Sprache der Seele (...) so bedienen wir uns der Lüge und der Fiktion, um uns miteinander zu verständigen, etwas das wir vermittle der eigenen und nicht vermittelbaren Wahrheit nie könnten (Partenheimer, 2004, S. 116-117).

Hartmann stellt sogar in den Raum, Lüge sei die Wahrheit der Medien (Edthofer, 2008, S. 118).

5.3 Fälschung und Fake

Die digitale Technik ermöglicht Bilder ohne entsprechende Wirklichkeit zu erzeugen und Realbilder digital beliebig zu verändern. Die modernen Techniken verhindern, dass sich gute Fälschungen vom Original unterscheiden. Bei guten Fake-Dokus fällt es den MediennutzerInnen und sogar ExpertInnen schwer, Reales und Authentisches von Imaginärem und Inszeniertem zu unterscheiden (Edthofer, 2008, S. 119).

Römer (2001) sagt, ein Fake sei immer eine Form der Fälschung, Täuschung, Nachahmung oder einfach ein Fehler. Das englische Wort Fake bedeutet Fälschung, umfasst aber auch Verschleierung, Heucheln oder Vortäuschen und Erfinden.

Fake-Dokus behaupten nicht ein Original zu sein, sondern, was das Original sein könnte. Beim zeitgenössischen Fake gibt es kein Original, er hat weder künstlerischen Ursprung noch ein bekanntes Vorbild, schreibt Palm (Edthofer, 2008, S. 121).

Es handle sich beim Fake (Hoax) um eine künstlerische Strategie der Fälschung, die ein Produkt herstellt und damit Wirklichkeit erzeugen will, meint wiederum Hartmann (Edthofer, 2008, S. 121). Die Vorstellung, dass Kunst nicht von den KünstlerInnen, sondern von den BetrachterInnen mittels Kommunikation erzeugt wird, lässt sich auf die Wirklichkeit übertragen (Jensen, 1999, S. 132).

5.4 Fiktion

Fiktion ist laut Duden etwas, was nur in der Vorstellung existiert, etwas Vorgestelltes, Erdachtes. Die Fiktion unterstütze die Realität, bietet nichtreale Alternativen, stellt Modelle bereit, erleichtert den Umgang mit der Realität. Erst durch sie würden Dinge bewusst, die sonst in der Realität verborgen bleiben, schreibt Kerckhove (1998).

Laut Merten (2002) werden Fiktionen nicht mehr als Phantasiegebilde gesehen. Das Gegenteil ist der Fall, denn sie besitzen für die Konstruktion von Fakten strategisches Potenzial. Das Image beeinflusst heutzutage die Glaubwürdigkeit eines Produkts oder einer Person. Man glaubt nicht mehr dem Verhalten einer Person in der Realität. Merten meint, in Bezug auf die Medien sei der Begriff der Wahrheit problematisch, eine neue Definition sei angebracht.

Ein Vorteil der Fiktion gegenüber der Nicht-Fiktion ist, dass jede Geschichte erzählt werden kann, sie auf etwas in der Wirklichkeit verweisen kann, ohne eine Referentialität aufweisen zu müssen (Edthofer, 2008, S. 123).

6 Die Suche nach Wahrheit

6.1 Einführung

Die Fragen: Was ist Wahrheit? Warum sucht der Mensch nach Wahrheit? haben bereits viele Philosophen beschäftigt. Die unterschiedlichen Erkenntnisse sind Teil des Kapitel 6 und für die Arbeit von Bedeutung. Die Suche des Menschen nach Wahrheit, die die Grundlage aller Kommunikationsformen ist, die das Leben des Menschen in der Gesellschaft ermöglichen. Ein weiteres Fundament ist die Wahrnehmung, die uns mittels der realen als auch der medialen oder virtuellen Kommunikation dabei hilft, eine eigene Identität zu bilden, sich gesellschaftlich einzuordnen hilft, damit man als eigenständiges Wesen Verantwortung für sein Handeln übernehmen kann. Die Aufnahme der Informationen aus den Medien und damit die Wahrnehmung wird beeinflusst durch Subjektivität, Selektivität und Aktivität. (Kroeber-Riel & Weinberg, 2003, S. 269)

6.3 setzt sich weiters mit dem Thema Wahrheit und Medien auseinander. Mithilfe der Massenmedien und deren Informationen kann auf Politik und Wirtschaft Einfluss genommen werden. Sie haben die Macht die Meinung der Konsumenten zu lenken und bewirken durch Fake-News die Entstehung von Mythen und Vorurteilen.

Unwahre, neuartige Informationen erreichen durch ihre rasche Verbreitung und die mit ihnen verbundenen manipulativen Bilder mehr Menschen als wahre Nachrichten, denn die Bilder werden als Beweis der Echtheit gehalten. Die Suche nach der Wahrheit in Kurasawas "Rashomon" zeigt, dass es keine universelle Wahrheit gibt.

6.2 Wahrheit, Gewissheit und Wahrhaftigkeit

Bereits Platon befasste sich in seinem Höhlengleichnis mit der Frage, was Wahrheit ist. Wer die Wahrheit erkennen will, soll nach Platon dem Augenschein misstrauen und stattdessen mit dem inneren Auge sehen, mit dem Auge des Geistes und der Seele (Edthofer, 2008, S. 96).

Es stellt sich die Frage, warum der Mensch nach Wahrheit sucht und welchen Zweck wahre und falsche menschliche Aussagen verfolgen. Nietzsche schreibt über die Wahrheit in der Kommunikation folgendes:

(Die Wahrheit ist) ein bewegliches Heer von Metaphern, Metonymien, Anthropomorphismen, kurz eine Summe von menschlichen Relationen, die poetisch und rhetorisch gesteigert, übertragen, geschmückt wurden, und die nach langem Gebrauche einem Volke fest, kanonisch und verbindlich dünken: die Wahrheiten sind Illusionen, von denen man vergessen hat, dass sie welche sind (...)

Seine Überlegungen führen ihn zu der Erkenntnis, dass es keine Wahrheit gäbe. Die Sprache sei ein kommunikatives Konstrukt, eine Übereinkunft, als gesellschaftliche Vereinbarung (Edthofer, 2008, S. 97).

Das philosophische Wörterbuch von Kröner (1991) setzt wahr mit übereinstimmen gleich. Etwas ist wahr, was einem Sachverhalt in evidenter Weise wiedergibt. Die oberste Instanz der Wahrheit ist das objektive Sein, die Wirklichkeit als Ganzes. Jede einzelne Wahrheit kann somit nur einen relativen Wert besitzen und impliziert Irrtum. (Philosophisches Wörterbuch.1991)

Die klassischen Philosophen sprechen bei der Wahrheit von der aletheia, was eigentlich Unverborgenheit bedeutet. Die neuzeitliche Philosophie meint, dass Wahrheit Gewissheit bedeutet. Zum Beispiel Wissen als Gewissheit über Kommunikationsformen, die das Leben der Menschen in der Gesellschaft möglich machen.

Mieth bezeichnet den Willen zur Wahrheit als Bedürfnis des Menschen die Wirklichkeit zu erkennen. Einmal „im Verhältnis zur Wirklichkeit und im Verhältnis zu sich selbst“, da die Menschen den „Bezug zur greifbaren Wirklichkeit nicht verlieren wollen“. Außerdem im Verhältnis zu den Mitmenschen, da die zwischenmenschliche Kommunikation nur dann gut funktioniert, wenn Wahrheit im Spiel ist. Die Wahrheit wird, laut Mieth, durch „Wahrnehmen“ in das tägliche Leben übernommen, das sich effektiv „als echt empfinden“, kognitiv als „schlüssig erkennen“ und praktisch, als „operational nachvollziehbar“ (Mieth, 1996, S. 88-89), auswirkt.

Der Mensch nimmt die Welt „wahr“, über die Wahrheit kann er jedoch nur kommunizieren. Wahrheit ist wieder die Bedingung von gelingender Kommunikation.

Nietzsche spricht von der Pflicht, sich an die Regeln der Kommunikation zu halten. Kommunikation sollte fair sein, sie kann nur funktionieren, wenn

man sich darauf verlassen kann, dass der Gesprächspartner die Wahrheit spricht (Mieth, 1996, S.95).

6.3 Wahrnehmung und Sehen

Als Wahrnehmung bezeichnet man den Informationsverarbeitungsprozess, durch den der Mensch Kenntnis von sich selbst und seiner Umwelt erhält. Er ist in seinem Alltag einer Flut von Umweltreizen ausgesetzt, die auf die Sinnesorgane einströmen. Der Verarbeitungsprozess dieser Informationen wird dabei durch drei Aspekte beeinflusst: durch Subjektivität, Selektivität und Aktivität (Kroeber-Riel, Weinberg, 2003, S. 268-269).

Subjektivität bezeichnet die individuelle Wahrnehmung der Umwelt durch den Menschen. Die meisten von ihnen glauben, dass sie die Wirklichkeit so wahrnehmen, wie sie ist. Experimente zeigen jedoch, dass die Wahrnehmung nur teilweise der existierenden Wirklichkeit entspricht. Aus diesem Grund kann sich die Wahrnehmung der Umwelt einer Person deutlich von der einer anderen Person unterscheiden. Außerdem nimmt das menschliche Informationssystem selektiv wahr. Der Einzelne wählt nur ganz bestimmte Informationen, die auf unsere Sinnesorgane treffen, aus. Die Wahrnehmung kann verzerrt oder verfälscht sein, da sie zahlreichen Faktoren ausgesetzt ist. Der Begriff Aktivität bezeichnet die aktive Aufnahme und Verarbeitung von Informationen durch den Menschen aus (Raab, Unger & Unger, 2010, Gabler).

Die Welt erschließt sich dem Menschen, vorwiegend über den Sehsinn. Die Wahrnehmung der Wirklichkeit ist individuell vom Betrachter abhängig (Wiesing, 2002, S. 42). Unsere Wahrnehmung ist gleichzusetzen mit unserer Vorstellung von Wirklichkeit, vom Leben, vom Miteinander. Hunold definiert Wahrnehmung folgend: „Wahrnehmung steht vielmehr für die Ganzheit des unmittelbaren Erlebens, bei dem der Mensch Durchblick erlangt über das bloß äußerlich Vermittelte hinaus hin zu seiner Sicht der Dinge, die das je eigene Urteil nicht außer Kraft setzt.“ (Hunold, 2011, S. 1-2)

Die Wahrnehmung ist Grundlage aller Formen der Kommunikation, sowohl der realen als auch der durch Medien oder virtuell vermittelter Kommunikation. Mithilfe der Wahrnehmung der Umwelt und der Selbst- und Fremdwahrnehmung bilden wir eine eigene Identität und lernen uns in der

Gesellschaft einzuordnen, als eigenständiges Individuum, das für sein Handeln verantwortlich ist und verantwortlich gemacht werden kann.

Die allgemeinen Regeln der Gesellschaft wurden aufgestellt, damit das Zusammenleben der Menschen funktioniert. Ein gegenseitiger fairer Umgang, dass man sich darauf verlassen kann, dass die Wahrheit gesprochen wird, ist von großer Bedeutung für den einzelnen. In den Medien, aber auch im Alltag, wird diese Tatsache jedoch negiert, was zu einer falschen Wahrnehmung der Wirklichkeit führen kann.

Die moderne Technik der Digitalisierung verändert die Welt der Wahrnehmung völlig und ermöglicht mit der Bearbeitung durch den Computer, dass Bilder verändert werden, ohne Spuren zu hinterlassen.

Prümm betont jedoch die Chance für die Bildmedien, die sich durch die bekannten Möglichkeiten der Manipulation ergeben. Endlich wird jedem/r ZuseherIn und allen ProduzentInnen klar, dass Bilder immer lügen, meint Prümm, und dass „sie nie mehr sind als ästhetische Transformationen von Wirklichkeit, zufällige und subjektive Blicke, die durch eine unendliche Reihe anderer Blicke widerlegt werden“ (Edthofer, 2008, S. 60).

Platons Wahrnehmungslehre begreift das Sehen als die wesentlichste Form der Weltaneignung. Die Bilder, die wir sehen, ermöglichen uns die Wirklichkeit zu erfahren, aber wir sind ihnen auch ausgeliefert, denn die okulare Wahrnehmung ist die unmittelbarste Wahrnehmungsform (Edthofer, 2008, S. 61).

Durch die Kamera treten Dinge mehr in den Mittelpunkt, denn sie „sieht“ mehr und anders als das menschliche Auge (Hartmann, 2000, S. 204). Vergleichsweise mit dem menschlichen Sehen registriert eine Filmkamera viel mehr Informationen, jedoch weniger selektiv und zielgerichtet. Der Mensch blickt auf die ihm wichtigen Dinge und übersieht die für ihn nicht so wichtigen. Aus diesem Grund sieht jede/r ZuseherIn den gleichen Film anders und entdeckt beim wiederholten Ansehen neue Inhalte.

Der/die ZuseherIn, der/die den Code der technisch erzeugten Bilder nicht kennt, hält sie für wirklich und mit der Zeit sieht er/sie den Alltag so, als würde er/sie immer durch eine Kamera blicken (Edthofer, 2008, S. 73-74). Flusser spricht dabei von „apparatischer“ Sichtweise (Flusser, 1995, S. 140).

Die Beeinflussung des Sehens lässt Kracauer vermuten, dass „ein gestellter Vorgang“ aus dem realen Leben auf der Leinwand eine stärkere

Illusion der Realität bewirken kann, als es der reale in Echtzeit aufgenommen tun würde. Dafür verantwortlich sind die Sehgewohnheiten und damit das Eintrainieren bestimmter Reize (Kracauer, 1964, S. 61).

6.4 Wahrheit und Medien

Die Wahrheit ist ohne Wahrhaftigkeit nicht bestimmbar. Wer wissen will, ob etwas wahr ist muss den Wahrheitsgehalt überprüfen und somit die Wahrhaftigkeit in seine Kommunikation hereinnehmen, was in Hinblick auf die Pressefreiheit wichtig und in demokratischen Staaten ein Grundrecht ist (Edthofer, 2008, S. 108-109).

Es sollte Grundprinzip von JournalistInnen und BerichterstatteInnnen sein, sich um objektive Wahrheit zu bemühen, obwohl es sicher nicht leicht ist. Irrtümer sind möglich, Vorurteile und Meinungen gibt es viele.

Skeptische Menschen glauben gar nicht an die Wahrheit. Sie vertreten meist verschiedenste Verschwörungstheorien und zweifeln grundsätzlich an allem. Ihr Misstrauen lässt keine Wertmaßstäbe zu, was dazu führt, dass ihr Handeln nicht zielgerichtet sein kann und zu Unzuverlässigkeit und Unglaubwürdigkeit führt (Rössler, 1997, S. 18).

Der Begriff Wahrheit beinhaltet heute Richtigkeit, Vollständigkeit, Sachlichkeit, Neutralität. Die neuen Oberbegriffe heißen Glaubwürdigkeit und Wahrhaftigkeit, wobei in der Medienberichterstattung die Glaubwürdigkeit vorrangig ist.

Williams (1998) erwähnt als Strömungen unserer Zeit den „Drang zur Wahrhaftigkeit“, um Strukturen und Motive zu erkennen. Außerdem spricht er von einer großen Skepsis und Zweifel, welche zu einem Spannungsverhältnis zwischen Wahrhaftigkeitsstreben und Glauben an die Wahrheit führt. Im Medienkonsum zeigt sich diese Diskrepanz. Der/die KonsumentIn versucht das Gezeigte zu verstehen und will die Hintergründe wissen, misstraut der Berichterstattung aber gleichzeitig. In Bezug auf Berichterstattung und Wahrheit geht Williams auf Genauigkeit und Ehrlichkeit als „Grundtugenden der Wahrheit“ ein (Williams, 1998, S. 17-35). Genauigkeit und damit einhergehend Authentizität statt korrekter Abbildung der Wirklichkeit sind dem/der MedienkonsumentIn anscheinend wichtiger.

Die Medien verbreiten wichtige Informationen. Sie beeinflussen und kontrollieren damit Politik und Wirtschaft und haben dadurch große Macht. Meinungen werden gelenkt, Vorurteile gebildet, Fehlinformationen und Mythen sind oft die Folge. Gezielte Täuschung, Lenkung und Irreführung sind leicht möglich (Edthofer, 2008, S. 104-106).

Ein Bild sagt mehr als tausend Worte, galt früher, ist heute aber Unsinn. In vielen Bereichen und vor allem im Internet wird mit bearbeiteten Fotos erfolgreich getrickst. Die Fälschungen verbreiten sich z.B. über Facebook und Instagram rasant.

Unwahre Inhalte haben eine um 70% höhere Wahrscheinlichkeit verbreitet zu werden, denn in den sozialen Netzwerken erreichen Fake - News mehr Menschen als wahre Informationen. Die Forscher des Massachusetts Institut of Technology kamen in ihrer Langzeitstudie zwischen 2006 - 2017 über Twitter zu diesem Ergebnis, das wohl auf den ganzen Medienmarkt zutrifft. Am häufigsten wurden politische Inhalte gefolgt von modernen Mythen getwittert, insgesamt hatten 3 Millionen Menschen die untersuchten Inhalte 4,5 Millionen Mal getwittert.

Die meisten Menschen bevorzugen Informationen, die ihre bestehenden Sichtweisen bestätigen. Unwahre Inhalte wirken meist spannender, neuartiger, überraschender und rufen Angst oder Ekel hervor.

Die Manipulation funktioniert folgendermaßen: Man setzt ältere Aufnahmen in einen neuen Konfekt, fügt unterschiedliche Videos zusammen und verbreitet mit Bildunterschriften Panik.

Die Psychologie hat eine Erklärung dafür, warum manipulative Bilder so erfolgreich sind: Menschen haben die Neigung Bildern zu vertrauen. Fotos erscheinen ihnen glaubwürdig, da sie gelernt haben, ein Foto als Beleg der Echtheit anzusehen. Außerdem wird das Gedächtnis durch Bilder angeregt, sich an ähnliche Bilder zu erinnern. Die Folge ist meist, dass eine Information, die mit einem Foto versehen ist, für wahr gehalten wird. Hinzu kommt, dass Postings mit Foto sichtbarer sind und mehr Aufmerksamkeit erregen und mehr Likes und Kommentare bekommen (Brodnig, 2020/9, S. 58).

Das Thema, welche Wahrheit die Richtige ist, hat immer wieder Regisseure zu Filmen inspiriert. Ein berühmtes Beispiel ist der Film „Rashomon“ von Kurosawa. In diesem Meisterwerk von 1950 werden vier verschiedene Wirklichkeiten einer schrecklichen Straftat gezeigt, die trotz ihrer

Verschiedenheit irritierend objektiv erscheinen und man als ZuseherIn nicht entscheiden kann, welcher der vier ZeugnInnen die Wahrheit über die geschilderte Vergewaltigung und den Mord sagt (Edthofer, 2008, S. 110-111).

Der Film zeigt, dass es keine universelle Wahrhaftigkeit gibt und der Mensch von seinem Standpunkt aus immer nur einen Teil der Wirklichkeit als wirklich wahrnehmen kann. Die endgültige Wahrheit bleibt in „Rashomon“ offen. Obwohl die einzelnen Versionen des Tathergangs einer Logik folgen und glaubwürdig erscheinen, wird der Tatvorgang nicht aufgeklärt (Edthofer, 2008, S. 110-111).

7 Mediale Wirklichkeit

7.1 Einführung

Kapitel 7 hinterfragt die Konstruktion der Wirklichkeit durch die Medien, wo die Wahrheit eine veränderliche Größe ist und wo sich die Grenzen zwischen Realität und Fiktion auflösen. Es beleuchtet die Medienkompetenz des Menschen und setzt sich mit Lüge und Fälschung in den Massenmedien auseinander.

Zum Schluss wird das Thema Fälschung, Fake und Deep Fake in den Medien behandelt. In den Medien wird Wahrheit nicht gefunden, sondern erfunden. Die Zuseher bekommen, was sie begeistert. Wirklichkeit ist zur Ware geworden, Einschaltquoten bestimmen was wahr ist. Computergenerierte Videos (= Deep Fakes) schauen so echt aus, dass sie kaum von realen Aufnahmen zu unterscheiden sind. Man ist ihnen mit KI – Software, die Fälschungen erkennt, auf der Spur.

Der Mix von Themen wie Macht, Brutalität, Peinlichkeiten, gemischt mit Information und Entertainment, kommt vielleicht deshalb beim Konsumenten so gut an, da sich die sozialen Strukturen auflösen und der Einzelne in seiner Isolation etwas braucht, woran er sich orientieren kann. Über Bilder, die Werte und Richtlinien vermitteln, werden Ideologien aufgebaut. Sie geben Halt, vermitteln Identität und ein Gefühl der Zugehörigkeit.

7.2 Konstruktion der Wirklichkeit durch die Medien

Der Mensch eignet sich von klein auf eine Vorstellung der Wirklichkeit an, wobei die Medien einen immer größeren Anteil daran haben. Die unüberschaubare inszenierte Wirklichkeit wird mit echten Ereignissen vermischt, Ausschnitte werden als Ganzes präsentiert oder in anderem Zusammenhang gezeigt (Edthofer, 2008, S. 37).

Anders schreibt in seiner Analyse, mediale Botschaften seien nicht länger an ihrer Entsprechung zur Wirklichkeit zu messen, sondern die Wirklichkeit daran, ob sie zum medialen Bild passt (Hartmann, 2000, S. 204).

Es gilt: Was nicht in den Medien gezeigt wird, ist nicht passiert. Hohenberger meint auch, dass ein Ereignis erst dann von Bedeutung sei, wenn die Medien davon berichten (Hohenberger, 1988, S. 33).

Bilder sind heute ein Beweis, dass das Reale existent ist, ohne Kamera gibt es kein Ereignis. Die Nachricht ist in seiner Reproduktionsform bedeutsamer als das Original. Das Ereignis gewinnt an Aktualität und das führt dazu, dass sich das Original an die Reproduktion halten muss. (Walter, 2003, S.39)

Die Menschen erfahren Informationen heutzutage hauptsächlich über die Medien und können die mediale Vermittlung erkennen und deuten. Zur Zeit der Brüder Lumière hatten die ZuseherInnen Angst, der herannahende Zug im Film könnte sie überfahren und flüchteten aus dem Kinosaal. Nun sind wir daran gewöhnt, die Bilder im TV, Kino, Internet sind hoch entwickelt und technisch bearbeitet, die Technik arbeitet mit Trick und Manipulation (Edthofer, 2008, S. 39-40).

Eine umfassende Theorie zum Thema Konstruktion von Wirklichkeiten hat Schmidt aufgestellt. Sie besagt, dass die Wirklichkeitskonstruktion nach folgenden vier Instanzen abläuft: Kognition, Kommunikation, Medien und Kultur (Schmidt, 1995a, S. 248).

Kognition und Kommunikation werden durch Medienangebote, welche sich auf die Kultur beziehen, verbunden. Die Menschen schaffen sich mithilfe des Mediensystems die Kultur, nach der sie ihr Leben konstruieren.

Die Realität ist von den Medien inszeniert, sie zeigen nicht das Abbild der tatsächlichen Wirklichkeit, daher stellt sich nicht mehr die Frage nach der Abbildung, sondern nach Authentizität, Echtheit, Glaubwürdigkeit des Gezeigten (Schmidt, 1995, Medienjournal, S. 31-32).

Schmidt sagt, unsere Wahrnehmung sei durch die Kommunikationsinstrumente diszipliniert. Die Wirklichkeitskonstruktion erfolge mit „Hilfe der Verwendung von Modulen aus dem komplexen Mediensystem funktional differenzierter Gesellschaft“ und „durch Adaption und Transformation von Inszenierungsstilen in den Medien (Schmidt, 2002, S. 27).

Die „Evolutionäre Erkenntnistheorie“ von Konrad Lorenz vertritt eine ähnliche Auffassung, und zwar, dass sich die Erkenntnisfähigkeiten des Menschen im Lauf der Evolution der Wirklichkeit angepasst haben. Die genaue Abbildung war überlebensnotwendig, die Erkenntnis erfolgt laut Lorenzs Theorie über die „stammesgeschichtlich entstandenen, Relevantes vermeldenden Apparate des Informationsgewinns.“ (Lorenz, 1973, S. 18-19)

Laut TheoretikerInnen erfolgt die Konstruktion größtenteils unbewusst, daher ist Manipulation oder bewusste Irreführung nicht der Normalfall. Die Fragen, die sich bezüglich des Dokumentarfilms immer wieder stellen: Ist es möglich etwas so abzubilden, wie es ist oder verändert der Vorgang der Aufnahme die Wirklichkeit? Produziert erst der Dokumentarfilm die Wirklichkeit, die er zeigt?

Die KonstruktivistInnen begründen ihre Medientheorie der Konstruktion von Medienwirklichkeiten und sprechen wie Schmidt von einem „kollektiven Wissen“ einer Gesellschaft. Es ist ein Wissen, das sich aus einer symbolischen Ordnung ergibt, worauf sich die Gesellschaft bezieht und wonach sie ihr Handeln strukturiert. Es beeinflusst sowohl die Produktion als auch die Rezeption von Medien. Die Konstruktion der Wirklichkeit erfolgt demnach durch den Konsum der Medienwirklichkeit, die durch das kollektive Wissen entsteht (Edthofer, 2008, S. 91).

Die Medien bewirken je nach Auffassung eine bewusste und unbewusste Konstruktion der Wirklichkeit. Unbewusst aus neurobiologischer und philosophisch – erkenntnistheoretischer Sicht, da die Wahrnehmung als Konstruktion gesehen wird. Die medienwissenschaftliche Betrachtungsweise jedoch geht von einer bewussten Konstruktion aus, ebenso der soziokulturelle Ansatz (Weber, 1996, S. 140).

Moderne Computertechniken, die es ermöglichen, Bildinhalte zu verändern, fast ohne Spuren zu hinterlassen, sind immer häufiger im Einsatz. Für jüngere MediennutzerInnen spielt es kaum mehr eine Rolle, ob Medienberichte mehr oder weniger real erscheinen. Ihre „visuelle Kompetenz“ ist hoch entwickelt, soziale Kontakte werden nur mehr über Medien wie Internet- und Mobiltelefon gepflegt und das eigene Handeln misst sich am Verhalten der Lieblingsserienstars. Eine Gefahr von Manipulation ist durch die Passivität der MedienkonsumentInnen gegeben. Bilder können ohne Reflexion ins Bewusstsein eindringen. Betrachtet man die Medien als politisch und ideologisch strukturiertes System, das auf

Macht ausgerichtet ist, muss man diese Gefahr ernst nehmen (Edthofer, 2008, S. 92).

Die Authentizität des Vermittelten entnimmt der/die ZuseherIn laut Schmidt dem Programm, Programmplatz, Mediengattung usw. Die Bilder in Film und Fernsehen erreichen ihre Glaubwürdigkeit durch die Kamera, da man annimmt, sie sei mit dem menschlichen Auge vergleichbar (Schmidt, 1991, S. 88).

Es ist eine Tatsache, dass es für uns Mediennutzer immer schwieriger wird, die Alltagsrealität von der Medienrealität zu unterscheiden. Die Wahrnehmung der Wirklichkeit ist bereits ein soziales Konstrukt und lässt die Welt anders erleben, als sie wirklich ist. Es ist nicht mehr möglich, Fakten von Fiktionen klar zu trennen. Man spricht von Wirklichkeitsauflösung, die als Ästhetisierung gesehen wird. Themen wie Macht, Brutalität, Angst, Peinlichkeiten, gemischt mit Information und Entertainment, stehen im Medienalltag hoch im Kurs (Edthofer, 2008, S. 94).

Es stellt sich die Frage, warum diese drastischen, realistischen Aufnahmen bei den KonsumentInnen so gut ankommen. Ein Ansatz spricht von der Auflösung sozialer Strukturen und familiärer Bindungen. Erhöhter Medienkonsum führt zu Isolation, der Einzelne braucht etwas, das ein Zusammenleben in der Gesellschaft ermöglicht. Über Bilder und symbolische Zeichen, die Vorstellungen, Werte und Richtlinien verkörpern, werden Ideologien aufgebaut. Sie sind starke Bindungen, die Halt ermöglichen, Identität und ein Zugehörigkeitsgefühl geben (Edthofer, 2008, S. 95).

7.3 Medienkompetenz

Die digitale Technik ermöglicht es, dass Neues in historisches Bildmaterial montiert wird, wie wir es aus „Forrest Gump“ kennen oder neue Filme so bearbeitet werden, dass sie alt erscheinen.

Als Medienkompetenz versteht man die Selektionsmechanismen der ZuschauerInnen, die sie beim Konsumieren der verschiedenen Medien einsetzen. Es geht um das Erkennen von Manipulationen und die unbewussten Einflüsse beim Konsum von Bildern.

Der Konsum von Fernsehbildern setzt meist sehr früh im Kindesalter ein. Die heutige Gesellschaft wird durch das Fernsehen sozialisiert, obwohl Kinder erst ab ca. 10 Jahre die Bilder wie Erwachsene verstehen.

Um einen Film zu verstehen, muss man seine Formalsprache kennen und die Zeichen richtig deuten können. Diese „visuelle Kompetenz“ (Rubelt, 1994) ist eine zur Abstraktion fähige Wahrnehmung. Sie ist ein in komplexen und differenzierten Dimensionen operierendes Wahrnehmungs- und Reflexionsvermögen, das durch die Ausweitung des Erfahrungshorizonts über die eigenen Lebenserfahrungen hinaus und durch Relativierung des Erlebens von Raum und Zeit entstanden ist (Rubelt, 1994, S. 226).

Der durch Medien sozialisierte Mensch kann die Bilder und Geräusche deuten und der Wirklichkeit zuordnen. Die unterschiedlichen Voraussetzungen und Erfahrungen der Film- und FernsehzuseherInnen sind außerdem kulturell und sozial determiniert. Die Bilder der Medien müssen von den RezipientInnen interpretiert werden. Da keine Erklärungen dazu gegeben werden, müssen sie sie aus dem Kontext verstehen oder die Deutung offenlassen (Schmidt, 1991, S. 88).

Meist ist es schwierig die verschiedenen Wahrnehmungen zu unterscheiden. Aufgrund der Geschwindigkeit der Bildfolge ist eine Reflexion über das Gezeigte kaum möglich und meist gar nicht erwünscht. Eine Art Trance, die durch das Starren auf die Bilder eintritt, befällt den ZuschauerInnen. Das dabei Gehörte dringt laut Buddenmeier völlig unmittelbar und unreflektiert ins Bewusstsein ein und entfaltet von dort seine nachhaltige Wirkung (Buddenmeier, 1987, S. 155).

Virilio (1994) spricht von einer „Automatisierung der Weltwahrnehmung“ durch die Medien. Sie verfremdet die eigentliche Wahrnehmung der Wirklichkeit. Das alltägliche Handeln vermischt sich mit medialen Informationen und Bildern und wird als selbst Erlebtes wahrgenommen. Die Folge dieser Art von Wahrnehmung ist eine Desorientierung, welche es unmöglich macht, das Wichtige aus der Flut von Bildern vom Unwichtigen zu trennen.

Gibson (1950) nennt es „unbewusstes Extrahieren“, das einsetzt, wenn es zu einer Reizüberflutung kommt. Es ist ein unbewusst einsetzendes Filtern und weglassen.

Ständige Wiederholung und alltägliche Rituale bewirken Selektionsmechanismen, die ermöglichen, Wichtiges von Unwichtigem, Wahres von Falschem zu unterscheiden. Die Wiederholungen führen aber dazu, dass Sensationen und Extreme kaum noch erschüttern. Es kommt zu einem Konsens darüber, was als wirklich gilt. Durch die Stereotype der Bilder scheint alles bekannt zu sein und gilt als real (Edthofer, 2008, S. 44-45).

Die ZuseherInnen entnehmen die Authentizität des Gezeigten aus der „Gesamtinszenierung“, wie Schmidt das Zusammenwirken von Kontext, Programmplatz und Mediengattung bezeichnet (Schmidt, 1991, S. 88).

Die FilmemacherInnen können also von bestimmten Sehgewohnheiten und einer gewissen Erwartungshaltung der RezipientInnen ausgehen und bei der Produktion des Films darauf Rücksicht nehmen (Edthofer, 2008, S. 50).

7.4 Fälschungen und Fakes in den Medien

Nietzsche meinte, die Lüge erfordere mehr Kenntnisse und Fähigkeiten als die Wahrheit, nämlich gute Ideen, die Kunst der Verstellung und ein gutes Gedächtnis. Um eine Lüge zu verbreiten, muss man 20 andere erfinden. Außerdem setzt das Lügen das Kennen der Wahrheit voraus (Edthofer, 2008, S.145).

Die Lust an der Lüge war schon immer vorhanden, jedoch erfuhr das Verbreiten von Fakes durch die Massenmedien eine neue Dimension. (Edthofer, 2008, S. 144).

Der Filmemacher Michael Born verkaufte inszenierte Dokus als echte Dokumentarfilme, wurde aufgedeckt und dafür gerichtlich verurteilt. Mit seinen spektakulären Filmberichten wurde er ein hochgeachteter Journalist, der 1996 sogar mit dem Wahrheitspreis für mediale Wirklichkeitskonstruktion ausgezeichnet wurde. Den Preis konnte er jedoch nicht mehr entgegennehmen, da er schon in Untersuchungshaft saß. (Edthofer, 2008, S. 46-47).

Born erklärte, seine Geschichten seien wahr, nur die Bilder hatte er nachgestellt, da er keine passenden hatte. Außerdem hätten die Redakteure von der Bildinszenierung gewusst (Müller-Ullrich, 1996, S. 187-186).

Neben Gräueltaten aus Kriegsgebieten verkaufen sich außerirdische Erscheinungen besonders gut (Mayer, 1998, S. 91). 1995 tauchte ein Video

vom Sezieren eines Marsmenschen in den Medien auf. Trotz zahlreicher Echtheitsexpertisen konnte man die Fälschung des Filmmaterials beweisen. Die Fälschung kam aus England, wo laut Müller-Ullrich Journalismus und Entertainment untrennbar miteinander verbunden sind.

Der deutsche Journalist Tom Kummer war für einen der größten Medienskandale der 90er Jahre verantwortlich. Er erfand Interviews mit Hollywoodstars, die dann im „Spiegel“, „Stern“, in „Die Zeit“ erschienen. Sie wurden erst viel später als Fälschung entlarvt. Kummer bezeichnet das vorhandene Budget als wichtigen Faktor, da es die Wirklichkeit in der Weise verändert, als Zeit für die Recherche anberaumt wird. Aus Zeitmangel wird nachlässig recherchiert oder von anderen Medien abgeschrieben. Die reine Wahrheit, sagt er, interessiere ihn wenig. Auf die Botschaft der Wahrheit komme es an, ob die angegebenen Personen und Orte stimmen, sei weniger wichtig. Sinn und Nutzen journalistischen Kommunizierens sieht Kummer in der Produktion verschiedener Wirklichkeitsentwürfe. Wahrheit wird also nicht ge-, sondern erfunden. Wahr ist also, was das Publikum begeistert. Es bekommt 24 Stunden was es will und angeblich braucht: Storys, Mythen, Gräuel, ... Es geht um, Einschaltquoten, um Wirklichkeiten als Ware (Edthofer, 2008, S. 148-150).

Ein Hörspiel im Radio löste 1938 in den USA eine Massenpanik aus. Basierend auf „Krieg der Welten“ von H. G. Wells wurde es wie eine Reportage gesendet. Ein Nachrichtensprecher, gesprochen von Orson Welles, berichtete von der Invasion der Marsmenschen in New Jersey. Obwohl an einer spannenden Stelle darauf hingewiesen wurde, dass es sich um eine Fiktion handelt, zweifelte keiner der ZuhörerInnen an der Invasion. Liveschaltungen mit ZeuginInnen ließen die Geschehnisse glaubhaft erscheinen. Die Menschen flüchteten panikartig in Fahrzeugen und zu Fuß (Edthofer, 2008, S. 150-151). Genaue Angaben von Orten, die es wirklich gibt und das geschilderte Schicksal von Einzelpersonen suggerierte Nähe und Betroffenheit, Live-SprecherInnen und Schreie verstärkten die manipulative Wirkung (Mayer, 1998, S. 136).

Orson Welles drehte in Anlehnung an das Hörspiel den Film „F for Fake“, einen Film über das Filmemachen und versetzte die Menschen auch damit in Angst, trotz verschiedenster Hinweise: das Kamerateam ist im Spiegel zu sehen, aber auch Widersprüche und Mehrdeutigkeit, um den ZuseherInnen die Produktionsbedingungen zu verdeutlichen und um möglicherweise eine Panik zu vermeiden (Edthofer, 2008, S. 152).

Das Bewegtbild galt bis vor einigen Jahren, ausgenommen "Special-Effects"-Arbeit der Filmstudios, als fälschungssicher. Heutzutage sind Fälschungen von Videos mittels künstlicher Intelligenz, dem großen Angebot an Online-Bildmaterial und schnellen Computern leicht möglich. Nie stattgefundenere Ereignisse, mit Ton unterlegt, können dargestellt werden und die Menschen manipulieren (Leyrer, 2019, S. 2).

7.5 Deep Fakes

Computergenerierte Videos, sogenannte Deep Fakes, sind immer schwerer von realen Videos zu unterscheiden. Sie schauen täuschend echt aus. Ein Algorithmus manipuliert auf Knopfdruck Videos, Bilder, Tonaufnahmen. Dafür ist eine große Rechnerleistung nötig, was ein teures Equipment bedeutet. Die meisten Deep Fakes erkennt man deshalb sofort, weil etwas nicht stimmt. Aber vielleicht gibt es viele gute Fälschungen, denen man ihre Konstruktion nicht ansieht?

Fotomontagen gab es schon immer, aber bei digitalen Inhalten ist der/die VerfasserIn und das erste Erscheinen oft nicht festzustellen. Obwohl das Netz angeblich nichts vergisst, ist es doch eher flüchtig. Accounts werden gelöscht, Websites gehen offline. Mit den Video-Verifizieren von Microsoft können Deep Fake aufgedeckt werden. Twitter und andere, wie BBC, verlangen eine Signatur für Inhalte, die dokumentiert, wann etwa ein Foto erstellt wurde. Auf diese Weise soll das Vertrauen auf Echtheit gewährleistet werden (Pramer, 2020, S. 13).

Im Herbst 2017 stockte der Instagram-Community der Atem, als sich Mark Zuckerberg mit einer Videobotschaft an die Öffentlichkeit wandte: Er hätte die Kontrolle über die Daten von Milliarden von Menschen verloren, hieß es. Der Videoclip verbreitet sich millionenfach in den Medien, da vorerst niemand wusste, dass das Geständnis eine Fälschung war, perfekt gemacht von den Künstlern Bill Posters und Daniel Howe mit Hilfe der israelischen Software-Schmiede Canny AI. Seither geht die Angst um, denn mit solchen Deep Fakes können Lügen rasant verbreitet werden. Die mit künstlicher Intelligenz verbreiteten Videos sind schwer zu enttarnen und beschäftigen Datenfahnder weltweit.

Der Videohacker Ctrl Shift Face aus der Slowakei, ein Star der Szene, sagt er wolle mit seinen Deep Fakes nur möglichst viele UserInnen für

Fälschungen sensibilisieren und aufzeigen, was mit Technik so alles möglich ist. Seine Clips wurden bei YouTube millionenfach angeschaut.

Laut Professor Martin Steinebach, einem Datenforensiker am SIT Fraunhofer, kann fast jeder Smartphone-Besitzer mit Fake-Apps und ähnlichen Programmen Deep Fakes produzieren. Man braucht dafür nur je eine Videosequenz mit dem Original und dem Double. Die App gleicht die Mimik der Gesichter online mit Fotos und Videos der zu ersetzenden Person ab. Dieser sogenannte Deep-Learning-Vorgang verarbeitet die Daten. Zum Schluss ersetzt die App die Originalperson durch die errechnete Figur und die Fälschung ist fertig. Möglich ist das durch die KI-Software, die auf Google gratis bereitsteht.

Deep-Fakes gibt es jetzt sogar schon in Echtzeit. Huia, eine Software-Firma aus Brasilien, zeigte bei einem Skype-Videochat, was möglich ist. Die Imitation der Stimme ist nun auch sofort reproduzierbar, seitdem der chinesische Technologiekonzern Baidu eine KI-Software entwickelt hat, die eine menschliche Stimme reproduzieren kann, sobald sie eine Minute lang das Original gehört hat.

Inzwischen wurde 2018 Software wie Realitydefender entwickelt, die sich in Internetbrowser, wie z.B. Chrom & Firefox, einklinkt und die Bild- und Videoinhalte mit einer Datenbank abgleicht.

2019 präsentierte eine IT-Gruppe der kalifornischen Riverside University ein Verfahren, das Bilder im Internet analysiert und Fälschungen mit hoher Treffsicherheit erkennt, sogar mit Hinweisen, an welchen Orten die Manipulation erfolgte.

Der ORF entwickelte 2017 gemeinsam mit der FH Hagenberg und der TU Wien das Computerprogramm „Fakt oder Fake“, das Falschnachrichten automatisiert erkennen soll. Das unter FAKTODERFAKE.AT abrufbare Fake -Erkennungstool analysiert täglich ca. 80.000 Facebook-Postings und prüft diese mithilfe von Datenbanken auf Ihre Plausibilität. Das Ziel des Projekts ist die Entlarvung von Fake News von politischen Parteien. Weitere Tools wie „SourceCheck“ und das Rechercheportal von Dietrich Mateschitz „Quo Vadis Veritas“ wurden ebenfalls in Österreich entwickelt (SN, 2017, 22.Sept).

Die Technik schreitet voran, die Fälscher sind aber meist einen Schritt voraus, denn die Deep Fakes werden laufend technisch perfekter. Martin

Steinebach, der die Abteilung Media Security am SIT leitet, warnt aber vor Upload-Filtern gegen die Deep Fakes, da eventuell ein Video falsch markiert und blockiert und der Kampf gegen Deep Fakes sonst in Zensur münden könnte (Lassak, 2019, S. 11-13).

8 Filmbeispiele

8.1 Einführung

Warum sind die Hybridformen des Dokumentarfilms so erfolgreich? Ist die Fake-Kultur eine logische Folge der modernen Gesellschaft oder findet sie in der Fiktion die sinnvolle Konsequenz einer sich reflektierenden Welt?

Kapitel 8 erforscht anhand der Filmbeispiele, dass das Filmgenre Mockumentarys deshalb so erfolgreich ist, da es erstens zweier völlig konträrer Eigenschaften bedient, nämlich gleichzeitig dem Wahren und ebenso der Fiktion, auf die die ZuseherInnen immer wieder hingewiesen werden und zweitens so beliebt ist, da der Mensch Fiktionen braucht, um Wahrheit zu erfahren.

Die Filme werden wie ein Text mit Hilfe hermeneutischer Betrachtung analysiert. Hickethier sieht den Zweck der hermeneutischen Filmanalyse darin, die Mehrdeutigkeit von Filmen zu bestimmen. Außer dem „Schein des allgemein Verständlichen“ sollen Strukturen der Gestaltung hervorgehoben und die „vorhandenen Bedeutungsebenen und Sinnpotenziale“ (Hickethier, 2001, S. 32) herausgearbeitet werden. (Edthofer, 2008, S. 234)

Texte aus Fachliteratur und Zeitungsartikeln zu filmischen Werken bilden die Grundlage für die Untersuchung der Authentisierungsstrategien und Inszenierungsstile der Mockumentarys. Die im theoretischen Teil der Arbeit ausgeführten Erläuterungen über die Konstruktion der Wirklichkeit des Menschen in der Medienwelt, über Wahrheit, Lüge und Fälschung, sowie der filmischen Authentisierungsstrategien dienen, die Besonderheiten des Genres zu beleuchten und die Beliebtheit bei den ZuseherInnen zu begründen (Edthofer, 2008, S. 242)

Es werden exemplarische, drei sehr unterschiedliche Mockumentarys analysiert, die vor Augen führen, mit welchem Mitteln und Strategien das untersuchte Filmgenre arbeitet. Die Beispiele repräsentieren je einen der von Roscoe und Hight vorgeschlagenen Kategorisierungsgrad. Jede Mockumentary hat ihren eigenen, speziellen Stil, weshalb eine eindeutige Einteilung oft nicht einfach ist, da es zu Überschneidungen der Kategoriegrade kommt oder gewisse Parallelen auftreten (Pszola, 2012, S. 33).

	Intention des Filmmachers	Art der Aneignung dokumentarischer Codes	Rolle des Zuschauers
Grad1 Parodie Borat	Parodie und eindeutige Verstärkung eines Aspekts der Populärkultur	Wohlwollende Aneignung der Dokumentarfilm-ästhetik	Wertschätzung der Parodie auf die Kultur. Kritischere Zuschauer erkennen die latente Reflexivität dieser Form
Grad 2 Kritik Exit	Dokumentarische Form wird herangezogen, um einen Aspekt der zeitgenössischen Kultur zu kritisieren	Ambivalente Aneignung der Dokumentarfilm-ästhetik	Wertschätzung der Parodie der zeitgenössischen Kultur
Grad 3 Dekon- struktion Kubrick	Kritik an einem Aspekt der populären Kultur. Subversion und Dekonstruktion des Tatsachenberichts und dessen dokumentarischen Codes	Feindliche Übernahme der Dokumentarfilm-ästhetik. Kritik an Annahmen und Erwartungen der dokumentarischen Repräsentationsmodi.	Verschiedene Reaktionen auf Aspekte des Dokumentarfilm-genres oder offene Einstellung zu Tatsachenberichten

Tabelle 1: Grade der Mockumentary (Pszola, 2012, S. 29)

Grad 1 (Parodie): Borat und Borat Anschlussfilm

Grad 2 (Kritik): Exit through the Gift Shop

Grad 3 (Dekonstruktion): Kubrick, Nixon und der Mann im Mond

Mockumentarys des Grad 1 (Parodie) verwenden dokumentarische Codes und parodieren damit Aspekte der populären Kultur. Ihr komischer Inhalt steht in einem offensichtlichen Kontrast zur Ernsthaftigkeit seiner Darstellung. Diese Kategorie der Mockumentary hält sich mit der Kritik an dem Dokumentarischen zurück, sie legt ihren fiktionalen Charakter offen und will eindeutig humorvoll sein.

Borat und sein Anschluss-Film sind Beispiele für Fake-Dokus des Grad 1. Lachen kann einen durchaus subversiven Charakter besitzen somit beinhalten die Filme der Kategorie 1 ein gewisses Potenzial der reflexiven und kritischen Lesart in sich. Der Übergang zu Grad 2 (Kritik) ist daher oft fließend.

Mockumentarys der 2. Kategorie sind meist satirischer als die des Grad 1 und bedienen sich zwar der dokumentarischen Darstellung, üben aber gleichzeitig Kritik an ihr. Trotzdem ist ihr Grad der Reflexivität ausgeprägter, als bei Grad 1. Die ZuseherInnen sollen sich mit dem Filminhalt kritisch auseinandersetzen.

In diese Kategorie fällt der sogenannte Hoax, der seinen fiktionalen Charakter eher verschleiert und das Dokumentarische weitgehend imitiert. Die Aufdeckung der Fiktion geschieht meist erst durch den Abspann, wo die Namen der Schauspieler angeführt sind.

Den Grad 3 der Mockumentary beschreiben Roscoe und Hight als „feindliche Übernahme“ der dokumentarischen Modi. Diese Filme kritisieren immer grundlegend das dokumentarische Genre, obwohl sie vordergründig andere Themen beinhalten.

Kategorie 3 beabsichtigt nicht nur die Kritik einzelner Aspekte des Dokumentarfilms oder Dokumentar-Subgenres, sondern die Dekonstruktion des ganzen Genres. Sie verschleiert ihre Fiktionalität und treibt mit dem ZuseherInnen ein Verwirrspiel. Das Ziel der Mockumentarys des Grad 3 ist es, dass das Publikum ein kritisches Bewusstsein dem Gegenüber dem Dokumentarfilm und dessen Behauptungen, einen direkten Zugang zur Realität vermitteln zu können, entwickelt. (Lano, 2012, S. 29-31).

Dokumentarfilmcodes und dokumentarische Authentisierungsstrategien haben sich im Lauf der Filmgeschichte entwickelt und etabliert. Sie dienen dem/r ZuseherIn als Leitfaden und helfen ihm die Filme zu verstehen.

Um auf den fiktionalen Charakter hinzuweisen, bedient sich die Mockumentary gewisser Anweisungen mit unterschiedlichen Zeitpunkten der Offenlegung, je nach Film erfolgt der Hinweis auf seine Fiktion sofort, im Lauf des Films oder erst außerhalb der filmischen Realität. Bis dahin wird die Fake-Doku mittels der Codes des Dokumentarischen als Dokumentarfilm gesehen. Mockumentarys imitieren diese Strategien, um authentisch zu wirken erfolgreich.

Zum Beispiel mit der Selbstreferenz, die in expliziter Form, mit Sätzen wie „Dieser Dokumentarfilm [...]“ auf den dokumentarischen Inhalten hinweisen. Sie kommt in Mockumentarys oft vor und spielt damit auf satirische oder kritische Weise auf den Wirklichkeitsanspruch des Dokumentarfilms an. Ebenso in impliziter Form, wenn sie den/die ZuseherIn mit in die vorfilmische Filmrealität mitnimmt und ihn vermeintlich am Prozess der Entstehung teilhaben lässt.

Ein “Behind the Scene“- Gefühl stellt sich beim Publikum ein, wenn es sich z.B. die Kamera oder das Filmteam im Spiegel sieht, Bilder unscharf oder verwackelt sind, als ob eine Amateurkamera sie gefilmt hätte.

Ein weiterer, zentraler Repräsentationsmodus des Dokumentarfilms, der von der Fake-Doku imitiert wird, ist der Einsatz eines Sprechers, der Off-Kommentar in der Wir-Form oder der Reporter vor der Kamera.

Texteinblendungen, die z.B. InterviewpartnerInnen vorstellen, spielen als Mittel der dokumentarischen Authentisierung ebenso eine bedeutende Rolle.

Der interaktive Modus des Dokumentarfilms setzt neben eine/n SprecherIn auch ExpertenInnen und ZeitzeugInnen ein, um das Publikum von der Echtheit des Filminhalts zu überzeugen. Bei der Mockumentary sind es gestellte Interviews, arrangierte Szenen, die Verwendung von sogenannten “Found-Footage“- Material, also bereits vorhandene Filmaufnahmen, die das Publikum überzeugt, obwohl die Aufnahmen in einem völlig anderen Sinnzusammenhang geschnitten wurden.

Der beobachtende Modus des Dokumentarischen wird oft verwendet, um politische Ereignisse zu filmen. Mockumentarys, die diese Form nachahmen, verwenden oft meist Originalschauplätze und präsentieren und präsentieren dabei als Beweis historische Dokumente, um eine Verbindung, zum echten Zeitgeschehen herzustellen. Archivmaterial wird oft verwendet, um die Authentizität des Films hervorzuheben. Ebenso werden gefälschte

Aufnahmen oder abgeändertes Material eingebaut, wenn es der Dramaturgie der Fake-Doku dient.

Die Mockumentary ist ein Filmgenre, das die dokumentarische Form nutzt, um seinen fiktiven Inhalt zu transportieren. Durch den Wechsel des Fiktiven und Authentischen kommt es bei den RezipientInnen der Fake-Doku zu einer Verunsicherung und führt dazu, dass er nicht in die filmische Wirklichkeit eintauchen kann. Er bleibt daher in einer gewissen Distanz zum Film, was sich unterschiedlich auswirken kann. Entweder wird der ZuseherInnen durch dieses Verwirrspiel belustigt oder beginnt sich mit dem Filminhalt kritisch auseinander zu setzen und hinterfragt das Dokumentarische an sich (Pszola, 2012, S. 23-28).

8.2 Borat und Borat Anschluss Moviefilm

Filmbeispiel Grad 1 (Parodie / Satire)

Borat – Kulturelle Lernung von Amerika, um Benefiz für glorreiche Nation von Kasachstan zu machen (OT: Borat – Cultural Learnings of America for Make Benefit Glorious Nation of Kazakhstan)

Borat ist eine US-amerikanische Mockumentary aus dem Jahr 2006. In dem Film wird Borat Sagdiyev, ein kasachischer Fernsehreporter, der Antiziganist und Antisemit mit frauenfeindlicher Grundhaltung ist, vom Innenministerium Kasachstans in die USA geschickt, um dort die Gewohnheiten der Menschen und deren Gebräuche zu erforschen. Die kasachische Regierung erhofft sich von den Informationen zu profitieren, wie der Filmtitel verrät.

Borat fliegt mit seinem Produzenten nach New York. Im Hotel entdeckt er im TV seine Traumfrau, eine Rettungsschwimmerin, von Pamela Anderson dargestellt. Als er am nächsten Tag vom Tod seiner kasachischen Ehefrau erfährt, beschließt er nach Kalifornien zu reisen, um die Rettungsschwimmerin kennenzulernen. Auf der Fahrt, gemeinsam mit seinem Produzenten, Azermat Bagatov, lernen sie viele Amerikaner und deren Leben kennen. Die beiden bringen diese aber in peinliche Situationen und oft in Verlegenheit. Sie quartieren sich bei Juden ein und legen sich ihretwegen aus Sicherheitsgründen einen Bären zu, der sie nun auf der Reise begleitet. Nach einem Streit mit seinem Produzenten setzt Borat die Reise allein fort und wird als Anhalter von einer Gruppe Studenten mitgenommen, die viele seiner Einstellungen über Frauen und Minderheiten teilen. Als Borat erfährt, dass Pamela keine Jungfrau mehr ist, stürzt er in eine schwere Krise, die er jedoch nach einem Gottesdienstbesuch überwindet. Er trifft Asamat in Hollywood wieder, wo es zu einer Aussöhnung kommt. Bei einer Autogrammstunde Pamelas gesteht er ihr seine Liebe und macht ihr einen Heiratsantrag. Er stülpt ihr nach kasachischer Tradition einen Sack über und will sie verschleppen. Pamela jedoch gelingt die Flucht und Borat wird verhaftet. Am Ende des Films setzt sich Borat in einem Bus Richtung New York, um in die Heimat zurückzukehren. Bei einem Zwischenstopp lernt er eine afro-amerikanische Prostituierte kennen, die er als Ehefrau nach Kasachstan mitnimmt.

Sacha Baron Cohen wurde 2007 für seine Rolle in Borat in der Kategorie „Bester Hauptdarsteller.– Komödie oder Musical“ mit dem Golden Globe Award ausgezeichnet.

Das Filmteam setzte sich aus nur acht Personen zusammen. Der „Hit-and-Run“-Stil der Filmmacher bewirkte, dass es zu Verhaftungen kam, da sie für Terroristen gehalten wurden.

Die rumänische Ortschaft Glod, die als Kulisse für die fiktive kasachische Heimatstadt Borats ausgewählt wurde, klagte 20th Century Fox wegen Rufschädigung. Sogar US-Präsident G. W. Bush beschäftigte sich nach einem Treffen mit dem kasachischen Präsidenten mit den provokanten Aussagen des Films. Dass diese Satire den Kasachstan so hinterwäldlerisch darstellt, wurde von kasachischer Seite sehr negativ aufgenommen. Später, nachdem der schwarzhumorige Inhalt des Films erkannt wurde, lenkte Kasachstan ein und lud Sacha Baron Cohen sogar in Borats „Heimat“ ein.

In Deutschland reichte das Europäische Zentrum für Antiziganismusforschung in Hamburg Strafanzeige wegen Volksverhetzung ein. Man hielt den Film trotz seines grotesken Satire-Charakters für gefährlich. Bereits am Premierenwochenende spielte der Film Borat in den USA 26,4 Millionen US\$ ein. In sechs europäischen Staaten, darunter in UK, konnte die Mockumentary Borat die Spitze der Kino Charts übernehmen. Er war damit einer der einnahmenstärksten Kinofilme des Jahres. Der Film spielte bei ca. 18 Millionen US-Dollar Produktionskosten weltweit 261 Millionen US-Dollar ein.

Fazit:

Die Mockumentary „trifft genau die richtige Mischung aus bissiger Gesellschaftssatire und purem Schwachsinn.“ (Petersen, 2020) Filmstarts warnt vor „absoluter Kultfilmgefahr“ und scheut keinen Vergleich mit „der politischen Schlagfertigkeit eines Michael Moore sowie einer gehörigen Portion Jackass.“ (Petersen, 2020).

Durch Borat brechen Dummheit, Bigotterie sowie das hohle US-Pathos hervor, was enormes Fremdschämen auslöst. Die Offenlegung von Frauenhass, Rassismus und Fremdenfeindlichkeit ist dem Londoner Sacha Baron Cohen schon immer ein Anliegen (Schachinger, 2020, 23. Oktober).

Borat 2, Lieferung von großer Bestechung an amerikanisches Regime, um Benefiz für früher glorreiche Nation von Kasachstan zu machen, Subsequent Movie Film USA 2020

14 Jahre nach Borat 1, rechtzeitig zur US-Präsidentenwahl, ab Oktober 2020 auf der Video-on-Demand Plattform Amazon Prime Video, taucht Sacha Baron Cohen als radikal inkorrekt Borat wieder in den USA auf, diesmal im Süden, wo viele Trump-Fans leben. Seit seinem ersten Besuch hat sich das Land zu einer Art Realsatire entwickelt, manchmal gar nicht so unähnlich dem Fake-Kasachstan, aus dem Borat stammt. Er reist wieder im Regierungsauftrag Kasachstans, um Vizepräsident Mike Pence ein Geschenk zu überbringen. Borats „nicht männlicher Sohn“, Tochter Tutar wird das Präsent sein. Sie träumt als konservativ erzogene Kasachin davon, wie eine First Lady in einem goldenen Käfig zu leben. Nach ihrer Verwandlung in eine blondierte Miss America kommt das feministische Überthema zu Tage: Das importierte Frauenbild aus Kasachstan soll die US-Doppelmoral entlarven.

Borat, meist verkleidet, um nicht erkannt zu werden, stößt mit seinen obszönen Vorschlägen, kaum auf Widerspruch. Sogar der damals 76-jährige Trump-Berater Rudy Giuliani tappte in die von Cohen vorbereitete Sex-Falle, was dann natürlich schon im Vorfeld geleakt wurde (Kamalzadeh, 2020, 23. Oktober).

Fazit:

Wie bei Borat I, wurde diese Mockumentary in Kasachstan sehr negativ aufgenommen. Während der erste Film in dem Land zensiert und Cohens Website einige Zeit gesperrt worden war, wurde hier vor der Veröffentlichung eine Twitter-Kampagne mit dem Hashtag #CancelBorat erstellt. Auch eine Online-Petition wurde gestartet, die über 100.000 Unterschriften erhielt (Heil, Toleukhanova, 2020)

8.3 Exit Through The Gift Shop

Filmbeispiel Grad 2 (Kritik / Hoax)

Exit Through The Gift Shop ist wie ein Dokumentarfilm gestalteter Film des britischen Graffiti-Künstlers Banksy aus dem Jahr 2010. Der Film handelt von dem französischen Filmemacher Thierry Guetta, der seinen Cousin, den Künstler Invader, bei einer Kunstaktion in Los Angeles filmt und dabei zufällig den Graffiti-Künstler Banksy kennenlernt. Er möchte eine Street-Art-Doku über ihn drehen, aber Banksy, der seine Identität nicht preisgeben will, übernimmt die Regie beim Sprayen von Kunstwerken in großem Stil

und richtet die Kamera auf Guetta, genannt Mr. Brainwash. (Books LLC, 2011). In einer finalen Ausstellung wird dann "Street-Art"-Massenware an ein pseudo-elitäres Publikum verkauft.

Der Einsatz der Handkamera bewirkt mit unruhigen Bildern, in Form von Wackeln oder Zittern, spontanen, abrupten Bewegungen, die Unschärfe bewirken und lichtabhängige Verwischeffekte und Grobkörnigkeit erzeugen, einen pseudo-dokumentarischen oder authentifizierenden Effekt. Die Handkameraästhetik steigert die Unmittelbarkeit und verstärkt die Spannung, was zu einer realistischen Wirkung des Films beiträgt (Felke, 2015, S. 12-13)

Kamerabewegungen, Einstellungsgrößen, etc. steuern laut Korte (2004) die Aussage eines Films im Besonderen. Die Distanz zum Objekt lenken die Aufmerksamkeit und erhöhen die Identifikations-bereitschaft der ZuseherInnen und dadurch deren Einfühlungsprozess. Für die Handlung wichtige Einzelheiten werden mit der Nahaufnahme oder Halbtotale gefilmt und hervorgehoben. Dagegen erzeugen Totale und Panoramaaufnahme Distanz zum Dargestellten und ermöglichen Raumorientierung und lokale Einordnung. Kamerabewegungen und die Montagetechnik tragen zur emotionalen Beeinflussung der Rezipienten bei (Edthofer, 2008, S. 333)

Fazit:

Die Mockumentary ist, ist kurzweilig und ironisch, mit vielen Seitenhieben auf die Medien und den Kommerz. Sie verdeutlicht die Kommerzialisierung des Kunstbetriebs, symbolisiert durch die Umdrehung der Ebenen im Film zwischen Banksy und Mr. Brainwash alias Thierry Guetta.

Die Fake-Doku zeigt, anhand der Abänderung des Fokus vom Street-Art-Künstler Banksy zum vorherigen Dokumentarfilmer Thierry Guetta, das Entstehen neuer Street-Art und zugleich filmisch narrativ den Aufstieg dieser Kunstform vom Underground zum Mainstream.

Die Mockumentary Exit Through The Gift Shop reflektiert den Zeitgeist des Kunstbetriebs auf großartige Weise und macht deutlich, wie Underground-Subkultur vom Establishment aufgezogen und dienstbar gemacht wird. Macht es eigentlich Banksy deswegen (Pany, 2012)?

Exit Through The Gift Shop gewann lobreiche Dokumentarfilmpreise und war in der Kategorie „Bester Dokumentarfilm“ für einen Oscar nominiert

(Books LLC, 2011). Die Mockumentary, die am 24.Jänner 2010 Weltpremiere feierte, lief die ersten Wochen in einem eigens dafür im Banksy-Stil eingerichteten Kino in London. In den USA spielte der Film am Eröffnungswochenende über US-Dollar 170.000 ein, insgesamt erzielte der Film 3,3 Millionen (Wikipedia, 2019) US-Dollar, 5,3 Millionen weltweit (omdb, 2010)

8.4 Kubrick, Nixon und der Mann im Mond

Filmbeispiel Grad 3 (Dekonstruktion)

Der Film Kubrick, Nixon und der Mann im Mond (Originaltitel: "Operation Lune"), ist eine Mockumentary von William Karel, die 2003 den Adolf-Grimme-Preis erhielt. Der Film handelt von der angeblich inszenierten Mondlandung im Jahr 1969. Die vermeintliche Dokumentation beweist scheinbar mit zusammengeschnittenen Filmsequenzen, gestalteten und realen Interviews und auch Spielszenen, dass die erste Mondlandung inszeniert wurde. Man wollte, im Falle des Scheiterns der Mondlandung oder technischer Schwierigkeiten bei der Übertragung der Bilder, Aufnahmen zur Verfügung haben, um trotzdem behaupten zu können, die Amerikaner hätten als Erste den Mond betreten.

Das zentrale Thema der Mockumentary ist die Möglichkeit der Manipulation und Falschinformation durch die Medien. Der Film stellt die Behauptung auf, dass die Nixon-Regierung für den Fall, dass die Apollo-Mission misslinge, deren Erfolg der politischen Reputation gedient hätte, Filmmaterial von Stanley Kubrick herstellen ließ. Kubrick war 2001 gerade dabei „Odyssee im Weltraum“ zu produzieren und habe unter Geheimhaltung am Set seines Films die Mondladung mit Regierungsbeamten als Darstellern inszeniert. Dafür habe Kubrick leihweise Optiken bekommen, die er für einzelnen Einstellungen von "Barry Lyndon" benötigte.

Nach der erfolgreichen Apollo-11-Mission habe man befürchtet, dass das unechte Filmmaterial ans Licht komme und deshalb alle, am Dreh beteiligten Beamten töten lassen. Kubrick hätte sich dann aus Angst nach England auf seinen Landsitz zurückgezogen und diesen kaum mehr verlassen.

Am Ende des Films soll abschließend der CIA-Mann Walters sprechen, da er laut Erzähler der Einzige sei, die sie Sache aufklären könnte. Das

Interview kann aber leider nicht beendet werden, da Walters unerwartet stirbt. Die Umstände der Mondlandung bleiben also für immer im Dunkeln. Im Abspann, im Making-of des Films, sprechen die interviewten Personen noch einmal. Sie versprechen sich oder können sich den Text nicht merken. Es ist der Beweis, dass ihre Rollen einstudiert waren und die Dokumentation ein Fake ist (Edthofer, 2008, S. 317)

In dem Film kommen folgende angebliche Zeitzeugen zu Wort: Der Apollo-11-Astronaut Edwin Aldrin, seine Ehefrau Lois Aldrin, Lawrence Eagleburger, in der Nixon-Regierung Assistent von Henry Kissinger, der Geologe Farouk El-Baz, der Astronauten ausbildete, Alexander Haig, 1974-1979 Nato-Oberbefehlshaber in Europa. Jan Harlan, Schwager und langjähriger Produzent Kubricks, Richard Helms, früherer CIA-Chefs, Jeffrey Hoffman, NASA-Astronaut, Henry Kissinger, US-Sicherheitsberater und US-Außenminister der USA, Christiane Kubrick, Ehefrau-Witwe Kubrick, Donald Rumsfeld, Assistent Nixons und späterer Verteidigungsminister und Vernon Walter, Sonderbotschafter und später stellvertretender Direktor des CIA. Alles dies Personen wurden von Karel zu Stanley Kubrick, seinen Film, zur NASA oder zur Mondlandung befragt. Für welchen Zweck war unklar. Außerdem wurden Interviews mit angeblichen Zeitzeugen inszeniert, deren Namen aus verschiedensten Kubrick- oder Hitchcock-Filmen stammten.

Fazit:

Die Interviews sind zum Zweck der Manipulation des Filmpublikums in kurzen, raffiniert ausgewählten Ausschnitten aneinandergefügt und haben durch den anderen Zusammenhang eine völlig neue, vom Interviewen nicht bewusste Bedeutung erlangt. Bei den fremdsprachigen Interviews stimmen die Untertitel oder die Synchronisation nicht mit dessen Inhalten überein. Authentische Ton- und Bildaufnahmen wurden mit gefälschtem Material vermischt, welche mit einer Erzählstimme und Musik versehen sind (Booksllc, 2011).

Karel verwende eine Interview-Technik, die Hattendorf als „Interview Collage“ (Hattendorf, 1999, S. 151) bezeichnet. Die Fragen an die Interviewten fallen durch den Schnitt weg und die Antworten werden so montiert, dass es so wirkt, als hätte man Ihnen alle dieselbe Frage gestellt. Aussagen von Schauspielern und ein Off-Kommentar werden eingefügt und in die Aussagen der vermeintlichen Zeitzeugenberichte integriert.

Diese Praxis der Montage, einzelne Aussagen zu einem Dialog zu montieren, ist der Zuseher gewöhnt. Detailaufnahmen, z.B. die der Hände,

die neutral sind, kaschieren die Schnitte und geben den ursprünglichen Aussagen der Interviewten eine neue Bedeutung (Lano, 2011, S. 92-93)

Die Aussagen der prominenten Interviewten werden durch die Aussagen einer falschen Sekretärin, einer Schauspielerin und der Montage in einem anderen Zusammenhang gebracht als der des ursprünglichen Interviews. Donald Rumsfeld äußerte sich z.B. zum Golfkrieg, seine Antworten werden im Mockumentary jedoch so eingebaut, dass sie die These von der Mondlandung bestätigen. Alle anderen scheinen die Hintergründe zu kennen, die zur Umsetzung des Plans führten. Auf dem Mond zu landen sei technisch möglich, doch die Übermittlung der Bilder sei das Problem der NASA. Man habe daher Nixon vorgeschlagen, die Mondlandung im Studio zu inszenieren. Donald Rumsfeld gibt zu, die Idee dafür gehabt zu haben und auch die Kissinger sei dafür gewesen.

Karel verwendet die Interview-Montage den ganzen Film hindurch an. Behauptungen, die aufgeworfen werden, werden direkt oder indirekt beglaubigt. Die Erfahrungen der Interviewten decken sich scheinbar mit den aufgestellten Behauptungen über die Inszenierung der Mondlandung und werden auf diese Weise bestätigt. Außer Interviewsequenzen verwendet Karel Archivmaterial, damit der behauptete Zusammenhang mit historischen Bildern scheinbar beglaubigt wird. Vergangenheit und Gegenwart werden auf diese Weise markiert (Hohenberger & Kreilbach, 2003, S. 123).

Die Mockumentary Kubrick, Nixon und der Mann im Mond macht auf den manipulierten Umgang mit Archivaufnahmen aufmerksam. Aufgrund dieser fragwürdigen Praxis, die in den Medien an der Tagesordnung ist, bezeichnet Kirchmann diese Mockumentary als Kompilationsfilm, dessen Kennzeichen die ideologie- bzw. machtkritische Auseinandersetzung mit dem Material ist.

Kompilationsfilme nutzen kollektive Erinnerungsbilder aus den Medien. In Forrest Gump (1994) von Robert Zemeckis z.B. wurden laut Elsaesser die Einfügung von historischem Material hyperreale, virtuelle Parallelwelten erzeugt (Kirchmann, 2006, S. 12). Die Mockumentary „Kubrick, Nixon und der Mann im Mond“ zeigt, wie aus „Es-ist-so-gewesen“ ein „Es-könnte-so-gewesen-sein“ (Barthes, 1985, S. 86-87) gemacht werden kann.

Ein Internetportal bezeichnet die Mockumentary, als eine „sehr vergnügliche schwarze Komödie, die sich mit der Macht der Medien und der

Manipulierbarkeit der Öffentlichkeit auseinandersetzt“ und eine „stärker mediengesteuerte Zukunft“ voraussagt (Lano, 2011, S. 103).

Am 20. Juli 1969 sahen eine halbe Milliarde TV-ZuseherInnen den Start der Apollo 11 Rakete zum Mond. Die Mondlandung war eines der größten Medienereignisse des Jahrhunderts und deren Fernsehübertragung stand vor dem Problem, dass es wenig Bilder davon gab. Um die Zuschauer, bei Laune zu halten, wurden im Vorfeld von den Fernsehsendern Mondfähren-Kulissen gebaut und mit Schauspielern Mondlandungsbilder inszeniert. Als die echten Bilder vom Mond übertragen wurden, wirkten diese im Vergleich zu den bunten Inszenierungen enttäuschend (Rosenfelder, 2003, S. 17-33).

Der deutsche Titel des Films lässt vermuten, dass es sich in der Dokumentation um den bekannten Filmemacher Stanley Kubrick (1928 - 1999) und den amerikanischen Präsidenten Richard Nixon (1913 - 1994) handelt, die mit dem Thema Mond in Verbindung gebracht werden. Der Originaltitel „Operation Lune“ ist neutraler gewählt und gibt keine Hinweise auf den Inhalt des Films (Lano, 2011, S. 88).

Die Mockumentary „Kubrick, Nixon und der Mann im Mond“ ist wie eine Enthüllungsreportage aufgebaut. Zu Beginn werden die Ungereimtheiten festgestellt, die an der Richtigkeit der Mondlandung der Amerikaner zweifeln. Eine konkrete Hauptperson fehlt, das Ende des Films bleibt offen, da keine endgültige Aufklärung erfolgt, sondern neue Fragen aufgeworfen werden. (Edthofer, 2008, S. 332)

Karel ist es mit „Kubrick, Nixon und der Mann im Mond“ gelungen, die Politiker, trotz ihres geübten Umgangs mit den Medien, mit ihren eigenen Waffen zu schlagen. Der Filmemacher hatte ihnen ebenso Informationen vorenthalten, wie in der Politik üblich, und damit ein Signal im Kampf gegen die Konstruktion der Wirklichkeit der Medien gesetzt. (Edthofer, 2008, S. 346)

9 Fazit

Gegenstand der Arbeit ist das Filmgenre Mockumentary, eine Hybridform des Dokumentarfilms, in der die Grenzen zwischen Fakt und Fiktion zunehmend verschwinden. Die immer größer werdende Fiktionalisierung bewirkt eine leichte Konsumierbarkeit der Produktionen und erreicht dadurch viel mehr Zuseher. Das Problem dabei aber ist, dass viele nicht mehr wissen, was echt und erfunden ist. Das Ergebnis ist Verwirrung, trotz oder wegen der ständig wiederkehrenden Hinweise oder Codes auf die Fiktion.

Der Filmgenre-Begriff Mockumentary ist ein Kofferwort, der sich aus dem englischen mock, d.h. vortäuschen, verspotten, und documentary, also Dokumentarfilm, zusammensetzt. Er ist die Bezeichnung für einen fiktionalen Dokumentarfilm, der entweder einen Dokumentarfilm oder das Doku-Genre parodiert.

Mockumentarys imitieren den Dokumentarfilm, verwenden seine typischen Stilmittel und bedienen sich Authentisierungs-Strategien. Diese Strategien sind ein bedeutender Teil der parodistischen, kritischen oder dekonstruktiven Auseinandersetzung mit einem Thema oder dem dokumentarischen Genre. Es werden oft scheinbar reale Vorgänge inszeniert oder echte Dokumentarteile in einen fiktiven Zusammenhang gestellt. Mockumentarys können außerdem ein kritisches Medienbewusstsein bewirken, damit die Zuseher die Medien mehr hinterfragen.

Mockumentarys zeigen sich gerne als historische Dokumentarfilme mit bisher noch nicht veröffentlichtem Material. Sie nehmen Bezug auf wahre Begebenheiten, Gerüchte, erwähnen nur widerlegbare Gegenbeweise, entsprechen aktuellen Klischees und lassen sich einfach und verständlich weitererzählen. Fallweise kommen echte Interviews mit bekannten Persönlichkeiten vor, aber auch von Schauspielern in erfundenen Rollen gespielte. Raffiniert ausgewählte, geschnittene Teile werden aneinandergefügt und bekommen dadurch eine völlig neue Bedeutung. Bei Interviews in einer Fremdsprache stimmen Untertitel und Synchronisation nicht mit dem Originaltext überein. Die Mockumentary vermischt authentische Ton- und Bildaufnahmen mit unwahren Aussagen, von einer Erzählerstimme gesprochen und mit Musik untermalt wird.

In den Reportagen ähnlichen Mockumentarys werden improvisiert wirkende Ausleuchtung, unruhige Kamera, grobe Auflösung, schlechter Ton und bewusst laienhafte Darstellung von Seiten der Schauspieler, die improvisierte Dialoge sprechen, als Stilmittel eingesetzt.

Mockumentarys und andere Fake-Formate sind beim Publikum beliebt und erfolgreich, obwohl es von den Inszenierungen weiß und die Erzählmuster erkennt. Es will den Film nur genießen, die Manipulationen wegblenden und das Gezeigte als Orientierung für den Alltag betrachten. Im Leben des Menschen innerhalb der Gesellschaft gibt es eine Mischung aus Wahrheit und Unwahrheit, eine völlige Gewissheit fehlt.

Das Fehlen familiärer Bindungen und der Zerfall sozialer Strukturen führt zu Isolation und damit zu erhöhtem Medienkonsum. Der Mensch lernt heute über Bilder, die Werte und Richtlinien verkörpern und baut Ideologien auf. So entstehen starke Bindungen, die Halt geben und Identität geben.

Schmidt (1996) meint, dass die Medien mit den Reality-Formaten Lebensmodelle bieten und zur Sozialisation beitragen, mit dem Ergebnis, dass der Mensch in mehreren Wirklichkeiten lebt und den Anspruch an letztgültige Wahrheiten aufgeben muss.

Documentaries bieten Unterhaltung, laut Heller dienen sie der Entfaltung spielerischer Fantasie und dem intellektuellen Lustgewinn.

Laut Braun geht es in den neuen, so beliebten Fake-Produktionen um transportierte Mythen und die darin versteckten Ideologien. Die Medien koppeln den Mythos des wahren Lebens mit dem Mythos des Konsums. Die damit verbundene Angleichung ist beabsichtigt, denn der Konsum ermöglicht die Kontrolle und Disziplinierung der Gesellschaft.

Jeder möchte, dass seine Sichtweise bestätigt wird, deshalb bevorzugen die Menschen Informationen, die ihre Meinung bestätigen. Außerdem werden Fake-Infos meist als spannender und interessanter gehalten, obwohl sie Angst oder Ekel bewirken.

Manipulierte Bilder sind so erfolgreich, weil der Mensch dazu neigt, Bildern zu vertrauen. Ein Foto gilt als Beweis der Echtheit. Das Gedächtnis verbindet ein Bild mit einem ähnlichen, bereits bekannten Bild, daher wird die Information für wahr gehalten.

Wir sind Teil der Informationsgesellschaft und wollen, dass manipulierte Wahrheiten aufgedeckt werden. Mit Lügen kann das Verhalten des

Einzelnen beeinflusst werden und damit gesteuert werden. Den Medien, der Werbung, der Politik geht es darum, Bedürfnisse zu wecken oder Macht auszuüben und dabei die Zielperson glauben zu lassen, dass sie völlig frei entscheide.

Es gilt: Was nicht in den Medien vorkommt, ist nicht passiert, Bilder sind heute ein Beweis für die Realität. Die Nachricht und das Bild vom Ereignis sind wichtiger als das Ereignis selbst. Auf diese Weise entsteht Wirklichkeit mit bearbeiteten Bildern, mithilfe von Trick und Manipulation.

Durch Wahrnehmung über seine Sinnesorgane erhält der Mensch Kenntnis von sich selbst und seiner Umwelt. Die Wahrnehmung entspricht aber nur teilweise der existierenden Wirklichkeit, und unterscheidet sich von Mensch zu Mensch. Nur bestimmte Informationen, die auf die Sinnesorgane treffen, wurden ausgewählt, daher kann die Wahrnehmung verzerrt oder verfälscht sein.

Das Individuum nimmt die Realität auf verschiedene Weise wahr, heute vor allem durch das Internet, Streaming-Portalen und Social-Media Plattformen. Die Medien- und Filmemacher können den Konsumenten einen entweder apokalyptischen oder positiven Weg aufzeigen. Aus evolutionären Gründen ist die Apokalypse für das menschliche Gehirn vorrangig, denn, denn der Urmensch musste bei Gefahr schnell handeln, um zu überleben. Das Interesse an angeblichen Gefahren oder Negativem ist also entwicklungsbedingt.

Negative Gefühle lösen hohe Aufmerksamkeit aus, werden intensiv erlebt und bleiben stark in Erinnerung. Die Folge ist, dass z.B. Filme, die negative Emotionen hervorrufen, oft interessanter, bewegender, ja sogar schöner bewertet werden als solche, die nur positive Gefühle hervorrufen. Ein Wechselbad an positiven und negativen Gefühlen bewirkt, dass ein Bild oder ein Film spannender und interessanter wahrgenommen wird. Tiefes, emotionales Bewegtsein durch angstauslösende Bilder wird als positiv und lustvoll erlebt. Die Wirkung durch die ästhetische Darstellung von Ton, Musik, der Kraft der Farben, erweckt negative Gefühle, die aber paradoxerweise als etwas Positives, empfundenen werden.

Neue Erkenntnisse der Emotionspsychologie zeigen, warum gewisse Kunstgattungen und Filmgenres so vielen Menschen gefallen. Sie identifizieren grundlegende psychologische Mechanismen, die bei der Wahrnehmung des Menschen seit Urzeiten eintreten (Morawec, 2017, 12. Dezember).

Schlussendlich lässt sich feststellen, dass das Filmgenre Mockumentary auf der ganzen Welt höchst erfolgreich ist. Jedes Land hat seine speziellen Themen und Filme, abhängig von politischen und sozialen Bedürfnissen und den Publikumserwartungen. Neue hybride Formen entwickeln sich laufend und sprechen neues, oft jüngeres Publikum an.

Verschiedene neue Formate zwischen Fakt und Fiktion sind bei jungen, kritischen ZuseherInnen sehr beliebt, wie z.B. die ORF-TV-Serie „Dave“, die 2018 startete. Durch diese Formate gewinnt der ORF wieder neues, junges Publikum, das sonst eher US-Serien konsumiert. (Mark, 2020, 27.Oktober 2020). Eine ebenfalls österreichische Mockumentary kam im August 2021 ins Kino. „Sargnagel – der Film“ ist ein überladenes, vergnügliches Portrait der Autorin Stefanie Sargnagel (Miedl, 2021, 19.August 2021).

Der Filmgenre Mockumentary lehrt einen zukünftig mehr bewussten Umgang der MedienkonsumentInnen mit der Fiktion und lässt hoffen, dass nicht jedem Bild und Video in den Medien Glauben geschenkt wird, sondern sie kritisch hinterfragt werden.

Wird die Kunst der inszenierten Täuschung durch die Hybridformen des Dokumentarischen das Publikum weiter nur größtenteils unterhalten? Können mittels kritischer Fake-Dokus, die gleichzeitig unterhalten, die Menschen vor Mythen, gefährlichen Ideologien und Verschwörungstheorien bewahrt werden?

Literaturverzeichnis

- Platon. (1997). *Politeia* (O. Höffe, Hrsg.). Akad. Verlag.
- Arriens, K. (1999). *Wahrheit und Wirklichkeit im Film. Philosophie des Dokumentarfilms*. Königshausen & Neumann.
- Barthes, R. (1985). *Die helle Kammer. Bemerkungen zur Photographie*. Suhrkamp
- Baudrillard, J. (1990). *Das Jahr 2000 findet nicht statt*. Merve.
- Berg-Walz, B. (1995). *Vom Dokumentarfilm zur Fernsehreportage*. Verlag für Wissenschaft und Forschung.
- Bitomsky, H. (2003). *Kinowahrheit*. Vorwerk.
- Buddenmeier, H. (1987). *Illusion und Manipulation. Die Wirkung von Film und Fernsehen auf Individuum und Gesellschaft*. Freies Geistesleben & Urachhaus.
- Deleuze, G. (1991). *Das Zeit-Bild. Kino 2*. Suhrkamp. Wiki Series (2011), *Mockumentary (Film)*, Books LLC.
- Edthofer, C. (2008). *unEcht: Fake-Dokus im Spannungsfeld von Authentizität, Inszenierung und medialer Wirklichkeitskonstruktion*. Vdm Verlag Dr. Müller E. K.
- Elsaesser, T. (2001). *Film und Non Fiction zwischen Wahrheitsanspruch und expressiver Sachlichkeit 1895-1945* (K. Hoffmann & U. Von Keitz, Hrsg.). Schüren Presseverlag.

- Felke, M. (2015). *Informationslimitation und Leerstellen als realitätsfördernde Stilmittel. Eine Untersuchung am Beispiel des Films „Blair Witch Projekt“*. Universität Bayreuth.
- Flusser, V. (1995). *Lob der Oberflächlichkeit. Für eine Phänomenologie der Medien*. Bollmann.
- Frieske, M. (1998). *Selbstreferentielles Entertainment. Televisionäre Selbstbezüglichkeit in der Fernsehunterhaltung*. Deutscher Universitäts - Verlag GmbH.
- Goffmann, E. (1969). *Wir alle spielen Theater. Die Selbstdarstellung im Alltag*. Piper.
- Goodman, N. (1993). *Weisen der Welterzeugung*. Suhrkamp.
- Grierson, J. (1998). *Bilder des Wirklichen. Texte zur Theorie des Dokumentarfilms*. Vorwerk Verlag.
- Hartmann, F. (2000). *Medienphilosophie*. Universitätsverlag.
- Hattendorf, M. (1995). *Perspektiven des Dokumentarfilms. Diskurs Film*. Verlag Schaudig & Ledig GbR.
- Hattendorf, M. (1999). *Dokumentarfilm und Authentizität. Ästhetik und Pragmatik einer Gattung*. UVK Verlagsgesellschaft
- Heller, H. B., & Zimmermann, P. (Hrsg.). (1995). *Bilderwelten, Weltbilder. Dokumentarfilm und Fernsehen*. Hitzeroth.
- Hißnauer, C. (2011). Zwischen Doku und Fiktion? Die hybride Vielfalt der docufiction: Dokumentarspiele, Doku-Dramen, Fake-Dokus und Fiktive Dokumentationen im Fernsehen (seit den 1960er Jahren). In H. Segeberg (Hrsg.), *Film im Zeitalter neuer Medien*. Wilhelm Fink Verlag.

- Hoffmann, K., & Kilborn, R. (2012). *Spiel mit der Wirklichkeit* (C. W. Barg, Hrsg.). Wilhelm Fink Verlag.
- Hohenberger, E. (1988). *Die Wirklichkeit des Films. Dokumentarfilm. Ethnografischer Film. Jean Rouch*. Olms.
- Hörl, P. (1996). *Film als Fenster zur Welt. Eine Untersuchung des filmtheoretischen Denkens von John Grierson*. UVK Medien Öhlschläger.
- Hunold, G. W. (Hrsg.). (2001). *Medienwahrnehmung, Ethik. Eine annotierte Biographie*. Francke.
- Philosophisches Wörterbuch*. (1991). Kröner.
- Jensen, S. (1999). *Erkenntnis—Konstruktivismus—Systemtheorie, Einführung in die Philosophie der konstruktivistischen Wissenschaft*. Westdeutscher.
- Kerckhove, D. (1998). *Medien-Welten Wirklichkeiten: Brauchen wir, in einer Realität wie der unseren, noch Fiktionen?* (W. Welsch, Hrsg.). Fink.
- Kirchmann, K. (2006). *Bildermüll und Wiederverwertung. Eine medientheoretische Perspektive auf Formen und Funktionen des Bilderrecyclings im Found-Footage-Film: Bd. Edition Text und Kritik* (T. Koebner & T. Meder, Hrsg.).
- Korte, H. (2004). *Einführung in die systemische Filmanalyse*. Erich Schmidt Verlag
- Krakauer, S. (1964). *Theorie des Films. Die Errettung der äußeren Wirklichkeit*. Suhrkamp.
- Kroeber-Riel, W., Weinberg, P. (2003). *Konsumentenverhalten*. Google Scholar
- Lano, C. (2011). *Die Inszenierung des Verdachts. Überlegungen zu den Funktionen von TV-mockumentaries*. ibidem.

- Lorenz, K. (1973). *Die Rückseite des Spiegels. Versuch einer Naturgeschichte menschlichen Erkennens*. Piper.
- Marchal, P. (1996). *Wahrheit als Medienqualität. Beiträge zur Medienethik: Wege zur Wirklichkeit. Dokumentarfilme als Chance für das Fernsehen* (W. Wunden, Hrsg.). Blessing.
- Mayer, H. (1998). *Die Entenmacher. Wenn Medien in die Falle tappen*. Deuticke.
- Merten, K. (2002). *Strukturen der Ausdifferenzierung des Kommunikationsystems: Erzeugung von Fakten durch Reflexivisierung von Fiktion* (A. Baum & S. Schmidt, Hrsg.). UVK.
- Mieth, D. (1996). *Wahrheit als Medienqualität. Beiträge zur Medienethik: Wahrhaftig sein—Warum? Die Grundnormen der Wahrhaftigkeit, ihre ethische Begründbarkeit und ihre Universalität* (W. Wunden, Hrsg.; Bd. 3). Blessing.
- Müller - Ullrich, B. (1996). *Medienmärchen. Gesinnungstäter im Journalismus*. Karl Blessing.
- Neumann, G. (2000). *Lesbarkeit der Kultur: Literaturwissenschaften zwischen Kulturtechnik und Ethnographie* (S. Weigel, Hrsg.). Wilhelm Fink Verlag.
- Odin, R. (1995). *Perspektiven des Dokumentarfilms: Wirkungsbedingungen des Dokumentarfilms* (M. Hattendorf, Hrsg.). Diskurs Film Verlag Schaudig & Ledig GbR.
- Ortmann, G. (2004). *Als Ob. Fiktionen und Organisationen*. VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Pany, M. B. (2011). *Reflexionen über die Intention von „Exit Through The Gift Shop“ im postmodernen Kunstgeschehen*. GRIN Verlag GmbH.

- Partenheimer, J. (2004). *Die Lüge als ursprüngliche Endlichkeit von Norm und Autorität oder der Beginn der Poetik*. In C. Edthofer, *unECHT*, Vdm.
- Prümm, K. (1998). In C. Edthofer, *UnEcht: Fake-Dokus im Spannungsfeld von Authentizität. Inszenierung und medialer Wirklichkeitskonstruktion*. Vdm.
- Pszola, J. (2012). *Schnittstelle Mockumentary. Ein hybrides Genre zwischen Fakt und Fiktion*. GRIN Verlag.
- Römer, S. (2001). *Künstlerische Strategien des Fake. Kritik von Original und Fälschung*. Dumont.
- Roscoe, J., & Hight, C. (2001). *Faking it. Mock-documentary and the subversion of factuality*. Manchester University Press.
- Rössler, A. (1997). *Welche Wahrheit braucht der Mensch? Zwischen Beliebigkeit und Unfehlbarkeit*. Quelle Verlag.
- Rubelt, O. (1994). *Soziologie des Dokumentarfilms. Gesellschaftsverständnis, Technikentwicklung und Filmkunst als konstitutive filmischer Wirklichkeit*. Lang.
- Schändlinger, R. (1998). *Erfahrungsbilder. Visuelle Soziologie und dokumentarischer Film* (Bd. 8). UVK Medien.
- Schillemann, S. (1995). *Perspektiven des Dokumentarfilms: Die Vernachlässigung des Dokumentarfilms in der neueren Filmtheorie* (M. Hattendorf, Hrsg.). Diskurs Film Verlag Schaudig & Ledig GbR.
- Schmidt, H. (1991). *Philosophisches Wörterbuch*. Kröner
- Schmidt, S. J. (1991a). Jenseits von Realität und Fiktion? In F. Rötzer & P. Weibel (Hrsg.), *Strategien des Scheins. Kunst-Computer-Medien* (S.83-93). Boer.

- Schmidt, S. J. (1991b). *Strategien des Scheins. Kunst—Computer—Medien: Jenseits von Realität und Fiktion* (P. Weibl & F. Rötzer, Hrsg.). Boer.
- Schmidt, S. J. (1993). *Theorien öffentlicher Kommunikation. Problemfelder. Positionen, Perspektiven: Kommunikation—Kognition—Wirklichkeit* (M. Rühl & G. Bentele, Hrsg.). Ölschläger.
- Schmidt, S. J. (1995a). *Die Wirklichkeit des Konstruktivismus. Zur Auseinandersetzung um ein neues Paradigma: Sprache, Kultur und Wirklichkeitskonstruktion(en)* (H. R. Fischer, Hrsg.). Carl-Auer.
- Schmidt, S. J. (1995b). *Medien—Kultur—Gesellschaft: Medienforschung braucht Systemorientierung*. 4, 28–35.
- Schmidt, S. J. (1996). *Die Welten der Medien. Grundlagen und Perspektiven der Medienbeobachtung*. Springer Vieweg
- Schmidt, S. J. (2000). *Kalte Faszination. Medien—Kultur—Wissenschaft in der Mediengesellschaft*. Velbrück Wissenschaft.
- Schmidt, S. J. (2002). *Fakten & Fiktionen: Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten: Was heißt „Wirklichkeitsinstruktion“* (A. Baum & S. J. Schmidt, Hrsg.). UVK Verlagsgesellschaft.
- Schmitz, N. M. (2001a). *Der Film der neuen Sachlichkeit. Auf der Suche nach der medialen Authentizität*. In K. Keitz & K. Hoffmann (Hrsg.), *Fiction Film und Non Fiction Film zwischen Wahrheitsanspruch und expressiver Sachlichkeit 1845-1945* (S.147-168). Schürer Presseverlag.
- Schmitz, N. M. (2001b). *Fiction Film und Non Fiction Film zwischen Wahrheitsanspruch und expressiver Sachlichkeit: Der Film der neuen Sachlichkeit. Auf der Suche nach der medialen Authentizität* (K. Hoffmann, Hrsg.). Schürer Presseverlag.

- Schreier, M., Navarra, Ch., & Groeben, N. (2002). Das Verschwinden der Grenze zwischen Realität und Fiktion. Eine inhaltliche Untersuchung zur Rezeption des Kinofilms *The Blair Witch Project*. In A. Baum & S. Schmidt (Hrsg.), *In Fakten und Fiktionen. Über den Umgang mit Medienwirklichkeiten* (S. S. 271-282). UVK.
- Schulze, J. (2011). *Mocking reality, Konstruktion simulierter Wirklichkeiten in Mockumentaries* (Universität der Künste, Hrsg.).
- Seeßlen, G. (2000). *Ein Wespennest Reader: Ein Kopffilm. Lektüre* (B. Kraller & W. Famler, Hrsg.). Wespennest.
- Seidl, B. (2001). *Medien, Wahrnehmung—Ethik. Eine annotierte Bibliographie: Konstruktion oder Simulation? Der Wahrnehmungsbegriff im medienwissenschaftlichen Diskurs* (G. W. Hunold, Hrsg.). Francke.
- Sextro, M. (o. J.). *Mockumentaries und die Deskonstruktion des klassischen Dokumentarfilms*. In J. F. Ditmar (Hrsg.), *Berliner Schriften zur Medienwissenschaft* (Bd. 10, S. 96). UV der TU Berlin.
- Siebert, G. (1996). *Wahrheit als Medienqualität. Beiträge zur Medienethik: "... So eine Art Erfahrungssurrogat"?* (W. Wunden, Hrsg.; Bd. 3). Blessing.
- Blümlinger, Ch. (1990). *Sprung im Spiegel. Filmisches Wahrnehmen zwischen Fiktion und Wirklichkeit* (Ch. Blümlinger, Hrsg.). Sonderzahl Verlag.
- Walter, B. (2003). *Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit*. Suhrkamp.
- Watzlawick, P. (1981). *Die erfundene Wirklichkeit. Wie wissen wir, was wir zu wissen glauben? Beiträge zum Konstruktivismus*. Piper & Co.
- Weber, S. (1996). *Die Dualisierung des Erkennens. Zu Konstruktivismus, Neurophilosophie und Medientheorie*. Passagen.

- Wegner, W. (2003). *Mockumentary egozentrische Film, Selbstreferenzen und Desinteresse für Wahrheit. Forschungsarbeit. Bauhaus. Universität Weimar.*
- Wegner, W. (2008). *Mockumentary egozentrischer Film, Selbstreferenzen und Desinteresse für Wahrheit.* Bauhaus - Universität Weimar.
- Welsch, W. (2008). *Unsere postmoderne Moderne.* Akademie Verlag.
- Wiesing, L. (2002). *Philosophie der Wahrnehmung. Modelle und Reflexionen.* Suhrkamp.
- Wiki Series (2011), *Mockumentary (Film)*, Books LLC.
- Williams, B. (1998a). *Der Wert der Wahrheit. IMV-Vorlesungen zur modernen Philosophie.* Passagen.
- Williams, B. (1998b). *Der Wert der Wahrheit. IMW-Vorlesungen zur modernen Philosophie.* Passagen Verlag.
- APA. (2019, 10. März). Ein Lauffeuer namens Fake News. In *Wiener Zeitung*, S. 1.
- Bauer, J. (2019, 6. Januar). *Journalismus statt Zynismus und Stimmungsmache.* In *KURIER*, S. 2.
- Brossmann, J. (2021, 6. April). Die Welt erfahrbar machen. In *Der Standard*, S. 19.
- Kamalzadeh, D. (2020, 23. Oktober). Dummheit mit Dummheit bekämpfen. In *Der Standard*, S. 26.
- Leyrer, G. (2019, 6. Januar). *Wahrheit unter Druck: Glauben Sie nichts von dem, was Sie sehen.* In *KURIER*, S. 2.

- Mark, O. (2020, 27. Oktober). Ich bin superhappy, dass sich der ORF das traut. In *Der Standard*, S. 15.
- Miedl, M. (2021, 19. August). Ein Porträt überspitzt das Leben. In *Salzburger Nachrichten*, S. 7.
- Morawec, B. (2017, 12. Dezember). Traurig sein kann guttun. In *Salzburger Nachrichten*, S. 17.
- Pramer, P. (2020, 16. Oktober). Gute Nacht, Geschichte? In *Der Standard*, S. 13.
- Schachinger, C. (2020, 23. Oktober). Zu Covid kommt jetzt Borat. In *Der Standard*, S. 32.
- SN, APA. (2017, 22. September). ORF startet Programm, das Fake News erkennt. In *Salzburger Nachrichten*, S. 21.
- SN, APA. (2018, 10. März). Lügen verbreiten sich schneller als die Wahrheit. In *Salzburger Nachrichten*, S. 14.
- Brodnig, I. (2020, 01. September). Bilder lügen doch! In *Profil*, S. 58.
- Gaspar, T. (2019, 26. Januar). DOKU-BOOM: Nicht wegen—aber auch dank Netflix. In *tvmedia*.
- Lassak, F. (2019, 01. September). Achtung, Lüge! In *arte MAGAZIN*, S. 11-13.
- Braun, R. (2001). *Ambivalente Reality - lustvoller Konsum?*, Hefte zur *Gegenwartskunst: Bd. VI.*, springerin., Abrufdatum 29. August 2021, http://braun.mur.at/texte/reality_3901.shtml
- Exit Through the Gift Shop* (2010)—IMDb. (o. J.). Abgerufen 1. September 2021, von <https://www.imdb.com/title/tt1587707/>

fake—Google Suche. (o. J.). Abgerufen 2. September 2021, von

https://www.google.com/search?q=fake&rlz=1C1CHZN_deAT966AT966&oq=fake&aqs=chrome..69i57j0i67l2j0i512j46i512j69i61l3.4746j1j7&sourceid=chrome&ie=UTF-8

Heil, A., Toleukhanova, A. (2020, 23. Oktober), *New Borat Film Offends, But Will More Kazakhs Get The Joke This Time?*, .rferl.org,

<https://www.rferl.org/a/new-borat-film-offends-but-will-more-kazakhs-get-the-joke-this-time-/30908753.html>

Omdb, (2010, 14. Februar), Abrufdatum 29. August 2021,

<https://www.omdb.org/movie/28180-exit-through-the-gift-shop>

Palm, M. (2000, 01. Dezember), *Zeligs Schatten*, Nach dem Film, Abrufdatum 29. August 2021, <https://www.nachdemfilm.de/issues/text/zeligs-schatten>

Petersen, Ch. (2020, 21. Oktober). *Die ersten Stimmen zu "Borat 2" sind da: Sacha Baron Cohen spaltet die Kritiker!*. FILMSTARTS, Abrufdatum

6. September 2021, <https://www.filmstarts.de/nachrichten/18533045.html>

Raab, G., Unger, A., & Unger, F. (2010). Wahrnehmungspsychologie. In G.

Raab, A. Unger, & F. Unger (Hrsg.), *Marktpsychologie: Grundlagen und Anwendung* (S. 169–183). Gabler. Abrufdatum 6. September 2021,

https://doi.org/10.1007/978-3-8349-6314-7_12

Withalm, G. (1999). *Der Blick des Films auf Film und Kino*,

uni-ak.ac.at, Abrufdatum 29. August 2021, <https://gloria-withalm.uni-ak.ac.at/withalm/wit-texts/wit99-kwt.html>

Wikipedia, (2019, 6. Juli). *Exit Through the Gift Shop*. Abrufdatum 29. August 2021, https://de.wikipedia.org/wiki/Exit_Through_the_Gift_Shop

Filmliste

Flaherty, R. J. (Produzent), & Flaherty, R. J. (Regisseur). (1922). *Nanook, der Eskimo* [Film]. Les Frères Revillon.

Bishop, C., Czarnecki, J., Donovan, M., Glynn, K., Moore, M. (Produzenten), & Moore, M. (Regisseur). (2002). *Bowling for Columbine* [Film]. United Artists, Alliance Atlantis Communications, Salter Street Films International.

Bober, P., Grasser, H. (Produzenten), & Seidl, U. (Regisseur). (2001). *Hundstage* [Film]. Allegro Film, Essential Filmproduktion GmbH.

Cohen, S. B., Roach, J. (Produzenten), & Charles, L. (Regisseur). (2006). *Borat - Kulturelle Lernung von Amerika um Benefiz für glorreiche Nation von Kasachstan zu machen* [Film]. Everyman Pictures., Dune Entertainment., Major Studio Partners., One America., Four by Two Films.

Cohen, S. B., Hines, A., Levinson, M. (Produzenten), & Cohen, S. B. (Regisseur). (2020). *Borat Anschluss Moviefilm* [Film]. Amazon Studios., Four by Two Films.

Cowie, R., Hale, G. (Produzenten), Myrick, D., & Sánchez, E. (Regisseure). (1999). *Blair Witch Project* [Film]. Haxan Films.

Curtis, E. S. (Regisseur). (1914). *In the Land of the Headhunter* [Film]. Seattle Film Co.

D'Cruz, J. (Produzent), & Banksy (Regisseur). (2010). *Exit Through the Gift Shop* [Film]. Paranoid Pictures.

Décis, V., Fage, E., Llamazares, J. P. (Produzenten), & Karel, W. (Regisseur). (2002). In *Kubrick, Nixon und der Mann im Mond* [Film]. ARTE., Point du Jour.

Drew, R. (Produzent), & Drew, R. (Regisseur). (1960). *Primary* [Film]. Drew Associates., Time.

Hiebler-Ertl, S., Ertl, G., Riahi, A. T. (Produzenten), Hiebler, S., & Ertl, G. (Regisseure). (2021). *Sargnagel - der Film* [Film]. Golden Girls Filmproduktion & Filmservices., Hiebler Ertl Film.

- Jingo, M. (Produzent), & Kurosawa, A. (Regisseur). (1950). *Rashomon – Das Lustwäldchen* [Film]. Daiei.
- Mrkwicka, K. J. (Produzent), & Seidl, U. (Regisseur). (1999). *Models* [Film]. MR Filmproduktion.
- Lumière, L. (Produzent), & Lumière, L. (Regisseur). (1895). *Arbeiter verlassen die Lumière-Werke* [Film]. Société A. Lumière et ses Fils.
- Lumière, L., Lumière, A. (Produzenten), Lumière, L., & Lumière, A. (Regisseure). (1895). *Die Ankunft eines Zuges auf dem Bahnhof in La Ciotat* [Film]. Société A. Lumière et ses Fils.
- Sobieszek, J., Frankl, J. (Produzenten), & Frankl, J. (Regisseur). (2018). *DAVE* [Film]. Mutterschiffilm.
- Spiess, T. (Produzent), & Wortmann, S. (Regisseur). (2006). *Deutschland. Ein Sommermärchen* [Film]. Little Shark Entertainment GmbH, Westdeutscher Rundfunk (WDR).

Tabellenverzeichnis

Tabelle 1. Grade der Mockumentary.....	50
--	----