

# „Broadcast Yourself“ – Eine qualitative Untersuchung zur Darstellung der Polizei bei Großereignissen auf der Internetplattform YouTube und ihrer Wirkung auf die Nutzer

Caroline Schug

## Die Wahrnehmung polizeilicher Bilder im Internet

Technische und gesellschaftliche Entwicklungen haben dazu geführt, dass fast jeder über ein internetfähiges Mobiltelefon mit Foto- und Videofunktion verfügt. Selbst gemachte Bilder und Filme gelangen unmittelbar ins Internet und sind für alle Nutzer verfügbar. Gerade bei Großeinsätzen bestehen zahlreiche Gelegenheiten, das Einsatzhandeln der Polizeibeamten zu filmen. Dies hat Auswirkungen auf die Arbeit der Polizei. Akzeptanz und Legitimität der Polizei in der Gesellschaft hängen maßgeblich davon ab, wie sie von der Bevölkerung wahrgenommen<sup>1</sup> wird. Einerseits können durch eine aktive Öffentlichkeitsarbeit „Image“ und Vertrauen in die polizeiliche Arbeit gestärkt werden, andererseits wird das Bild der Polizei durch Alltagswahrnehmungen der Menschen erheblich beeinflusst. Auch wer noch keinen persönlichen Kontakt mit der Polizei hatte, hat ziemlich genaue – möglicherweise fehlerbehaftete – Vorstellungen von ihren Tätigkeitsfeldern und ihrer Arbeitsweise. Bisher vermittelten insbesondere die (Massen-)Medien, beispielsweise die täglichen Polizeiberichte in den Tageszeitungen sowie die verschiedenen Fernsehformate (Dokumentationen, fiktive Polizeiserien) entsprechende Eindrücke und lenkten die Wahrnehmung der Konsumenten.<sup>2</sup> Beim heutigen Meinungsbildungsprozess spielen auch die Neuen Medien eine maßgebliche Rolle.<sup>3</sup> Insbesondere das Internet „ist heute mit Massendiensten wie Facebook oder YouTube fast allgegenwärtig.“<sup>4</sup> Laut einer ARD/ZDF-Onlinestudie nutzten im Frühjahr 2010 ca. 70 Prozent der deutschsprachigen Erwachsenen (ab 14 Jahren) zumindest gelegentlich das Internet. Bei den 14- bis 19-Jährigen wurde im Jahr 2010 erstmals die 100-Prozent-Marke erreicht. Die vielfältigen Einträge zum Thema „Polizei“<sup>5</sup> im Internet beeinflussen demnach die Wahrnehmung und Einstellung großer Teile der Bevölkerung.

Dabei spielt der Konsum von Bewegtbildern eine bedeutende Rolle.<sup>6</sup> 2010 sahen bereits

36 Prozent der Internetnutzer mindestens einmal pro Woche bewegte Bilder (2008: 24 Prozent). Bei 86 Prozent davon erfolgte dies über entsprechende Videoportale (zum Beispiel YouTube, myvideo.de, clipfish.de, iTunes), wobei YouTube am häufigsten in Anspruch genommen wurde.<sup>7</sup> Problematisch ist in diesem Zusammenhang, dass die Beiträge ungeprüft eingestellt werden können. Außerdem lassen die technischen „Möglichkeiten der Manipulation des visuellen Materials die Grenze zwischen dokumentierten `facts` und manipulierten `fakes`“ kaum noch erkennen.<sup>8</sup> Darüber hinaus sind die Quellen der Online-Videos meist anonym, was die Überprüfung der Informationen erschwert. Bewegtbildern wird allgemein eine hohe Glaubwürdigkeit zugeschrieben.

Eine Suchanfrage auf der Internetplattform YouTube unter dem Stichwort „Polizei“ führt zu etwa 96.000 Treffern.<sup>9</sup> Insbesondere bezogen auf die beiden Großereignisse „Castortransport 2010“ und „Stuttgart 21“ scheint gewalttätiges Vorgehen der Polizei auf den ersten Blick eine zentrale Rolle zu spielen („Schlagstockeinsatz gegen Stuttgart 21“, „Warum die Polizei wirklich so hart zuschlug“, „Rambos bearbeiten Demonstranten mit Tonfas“, „Gewalt gegen friedliche Demonstranten“ usw.).<sup>10</sup> Vor diesem Hintergrund wurde in der durchgeführten Untersuchung der Frage nachgegangen, wie das Handeln der Polizei dargestellt bzw. welches Bild der Polizei vermittelt wird und ob Gemeinsamkeiten oder Trends erkennbar sind, die sich auf die Gesamtheit der Videos mit Polizeibezug übertragen lassen. Außerdem stand die Wahrnehmung der Rezipienten, insbesondere ihre Reaktion in den Kommentaren zu den einzelnen YouTube-Videos im zentralen Untersuchungsinteresse. Vor dem Hintergrund, dass auch die traditionellen Medien unmittelbar auf im Internet eingestellte Videos zu aktuellen Polizeieinsätzen zugreifen und sie weiterverbreiten, sind Absprachen bezüglich geheimhaltungsbedürftiger Einzelheiten oder dem Zeitpunkt der Veröffentlichung, wie sie mit Journalisten im Rahmen einer langfristigen,

vertrauensvollen Zusammenarbeit bislang möglich waren, allgemein erschwert. Dies hat Auswirkungen auf eine gezielte Einsatz begleitende Pressearbeit. Daher wurde abschließend der Frage nachgegangen, inwieweit Handlungsbedarf im Hinblick auf die traditionelle Öffentlichkeitsarbeit der Polizei besteht.

## Methoden

YouTube wurde als Untersuchungsgegenstand ausgewählt, weil es sich um die weltweit größte Videoplattform<sup>11</sup> und die zweitgrößte Suchmaschine<sup>12</sup> handelt. Aktuell sind knapp 440 Millionen Videos auf der Internetplattform YouTube verfügbar.<sup>13</sup> Die Anzahl steigt jedoch ständig, da in jeder Minute etwa 48 Videostunden hochgeladen werden.<sup>14</sup> Gestaltung, Länge, Qualität sowie die behandelten Themen und Darstellungsformen der Videos mit Polizeibezug sind äußerst unterschiedlich. Eine Grob-sichtung ergab, dass sowohl professionelle Produktionen, zum Beispiel Fernsehbeiträge (Ausschnitte aus Dokumentationen, Reportagen, Nachrichtensendungen usw.), als auch Amateuraufnahmen eingestellt sind. Es existieren auch semi-professionell produzierte zusammen geschnittene Filme mit Polizei-bezug, die zum Teil mit entsprechenden Musiktexten unterlegt sind. Thematisiert werden beispielsweise Polizeieinsätze und -kontrollen, Verfolgungsfahrten sowie Ereignisse im Zusammenhang mit Demonstrationen.<sup>15</sup> Das Angebot ist nahezu unüberschaubar. Daher erfolgte die Eingrenzung auf die Darstellung der Polizei anlässlich des Demonstrationsgeschehens um den Ausbau des Stuttgarter Hauptbahnhofs und des Castortransports im Jahr 2010. Kriterien waren dabei insbesondere die Darstellung polizeilichen Einsatzhandelns, die Anzahl der Aufrufe sowie eine auswertefähige Anzahl an Nutzerkommentaren. Folgende Videos wurden für die Analyse ausgewählt:

- „Räumung im Park Polizei schlägt wehrlosen! Stuttgart 21: NEIN DANKE“<sup>16</sup> (etwa 106.000 Aufrufe, 730 Kommentare, 8 Minuten),

- „Schlagstockeinsatz gegen Stuttgart 21 Demonstranten“<sup>17</sup> (etwa 48.000 Aufrufe, 550 Kommentare, 7 Minuten),
- „Stuttgart 21 Polizeigewalt bei Demonstration im Schlossgarten am 30.09.2010 Wasserwerfer Reizgas SEK“<sup>18</sup> (etwa 86.500 Aufrufe, 800 Kommentare, 3 Minuten),
- „Stuttgart 21: Unsere Polizei – Einsatz im Schlossgarten Tag Y – 30.09.2010“<sup>19</sup> (etwa 54.300 Aufrufe, 470 Kommentare, 4 Minuten),
- Video „Castor 2010 – Die Polizei setzt die Interessen der Atomindustrie durch“<sup>20</sup> (etwa 45.900 Aufrufe, 360 Kommentare, 3:30 Minuten),
- „Castor-Blockaden eskalieren“<sup>21</sup> (etwa 23.300 Aufrufe, 370 Kommentare, 4 Minuten) und
- „Castor 2010: Ausschreitungen im Wendland“<sup>22</sup> (etwa 26.800 Aufrufe, 100 Kommentare, 2 Minuten).

Zur Annäherung an die im Filmbeitrag konstruierte Wirklichkeit und die detaillierte Entschlüsselung der Frage, ob eine realistische oder verzerrte Wiedergabe des polizeilichen Handelns erfolgte, wurde das Verfahren der hermeneutisch-wissenssoziologischen<sup>23</sup> Videoanalyse angewendet. Die Bedeutung eines Videos ergibt sich nicht ausschließlich aus seinem Inhalt bzw. den Handlungen vor der Kamera (Bewegungen von Akteuren oder Objekten, immer begleitet von Sprache, Gestik, Mimik, Einblendung von Text usw.). Die Kamerahandlungen (Kameraeinstellungen, -positionen, -schwenks usw.) sowie vorhandene Nachbereitungstechniken (insbesondere Schnitt und Montage) beeinflussen den Sinngehalt ebenfalls.<sup>24</sup> Mithilfe einer Sequenzanalyse<sup>25</sup> wurden die oft sehr langen Einstellungen<sup>26</sup> in zusammenhängende Handlungszüge unterteilt. Anschließend wurden diese bedeutungstragenden Grundeinheiten des Videos nacheinander analysiert.<sup>27</sup> Die Transkription der Daten erfolgte in Form einer sogenannten Partitur. In einer Tabelle wurden nebeneinander zunächst die Nummer der Einstellung und deren Zeitdauer erfasst. Außerdem wurde kurz der jeweilige Inhalt beschrieben. In weiteren Spalten wurden visuelle Daten (Kamerabewegungen<sup>28</sup>, Perspektive und Einstellungsgröße<sup>29</sup>) sowie auditive Daten (Tonraum vor/neben der Kamera und Voice-over) erfasst. Die Partitur bildete die Grundlage der Interpretation.

Die Konstruktion medialer Wirklichkeit erfolgt im untersuchungsrelevanten Kontext nicht nur durch die Veröffentlichung entsprechender Videos. Realität entsteht erst durch die subjektiven Sinngebungs- und Interpretationsleitungen der Rezipienten.<sup>30</sup> Zur Untersuchung der Frage, wie die ausgewählten Filmsequenzen tatsächlich auf die Nutzer wirken und wie das Vorgehen der Polizei beurteilt wird, wurden die Kommentare zu den ausgewählten Videos mithilfe der qualitativen Inhaltsanalyse nach Mayring<sup>31</sup> analysiert. Im Mittelpunkt dieser Methode steht die Codierung und Kategorisierung des Textmaterials. Dadurch wird der Text in Sinneinheiten geordnet und zusammengefasst. Zur Beantwortung der Frage nach der Bewertung des polizeilichen Verhaltens wurden die Dimensionen *starke Zustimmung*, *Zustimmung*, *neutral*, *Ablehnung* und *starke Ablehnung* festgelegt und die Aussagen entsprechend zugeordnet. Der Auswerteprozess wurde durch die Analysesoftware MAXQDA 10 unterstützt. Dies erleichterte den Umgang mit dem umfangreichen Textmaterial. Das Programm ermöglichte insbesondere die Erstellung eines flexiblen Kategoriensystems sowie eine Quantifizierung der Daten.<sup>32</sup>

### Ergebnisse der Videoanalyse

Gewalttätiges Vorgehen der Polizeibeamten ist in allen analysierten Filmen ein zentrales Thema. Lediglich in einer Sequenz (Video „Stuttgart 21 Polizeigewalt bei Demonstration im Schlossgarten am 30.09.2010 Wasserwerfer Reizgas SEK“, 00:00 bis 00:27) wird ein Überblick über das gesamte Protestgeschehen gezeigt. In den übrigen Einstellungen spielen der Einsatz des Schlagstocks, des Reizstoffsprüngeräts oder des Wasserwerfers sowie die Anwendung einfacher körperlicher Gewalt gegenüber den Protestteilnehmern eine zentrale Rolle.

Oft ist die Gewaltanwendung der Polizei auf den ersten Blick nicht erkennbar. Dies liegt zum einen daran, dass aufgrund der weiten Kameraeinstellungen viele Handlungen gleichzeitig auf dem Bildschirm zu sehen sind. Zum anderen ist dies durch die Schnelligkeit der Geschehensabläufe bedingt. Im Video „Räumung im Park Polizei schlägt wehrlosen! Stuttgart 21: NEIN DANKE“ wird beispielsweise durch die Wiederholung der entsprechenden Szenen in Slow Motion oder die Einblendung von Text auf den Einsatz des Schlagstocks und einen Faustschlag eines Beamten hingewiesen. Im Video „Castor 2010: Ausschrei-

tungen im Wendland“ wird der Zuschauer zum Beispiel durch anschwellendes Geschrei der umstehenden Protestteilnehmer darauf aufmerksam gemacht, dass ein Polizist einen Demonstranten schlägt. Dies ist erst bei wiederholter Ansicht erkennbar.

Werden Protestteilnehmer festgenommen oder weggetragen, werden sie meist alleine inmitten zahlreicher Einsatzkräfte aus der Vogelperspektive bzw. Aufsicht dargestellt. Dies verdeutlicht ihre Machtlosigkeit gegenüber der Polizei. Insbesondere bei den „Stuttgart 21“-Videos handelt es sich bei den Betroffenen um „normale Bürger“, mit denen sich der Betrachter identifizieren kann. Er empfindet Mitleid und Unverständnis für dieses harte polizeiliche Vorgehen. Dies wird oft durch eine große Aufnahme der Betroffenen verstärkt. Ein Beispiel dafür ist eine Szene aus dem Video „Schlagstockeinsatz gegen Stuttgart 21 Demonstranten“ (03:24–03:44). Eine Frau wird in Bauchlage von mehreren Beamten weggetragen und aus Kniehöhe auf den Boden fallen gelassen. Andere kleinere Gesten bestätigen diese Lesart. Beispielsweise setzen Polizeibeamte den Fuß auf die Beine der auf dem Boden liegenden Protestteilnehmer (Video „Schlagstockeinsatz gegen Stuttgart 21 Demonstranten“, 04:17 – 04:52 und Video „Castor 2010: Ausschreitungen im Wendland“, 00:40 – 01:53).

Bereits durch die meisten Filmtitel wird die Erwartungshaltung geweckt, dass gewalttätiges Handeln der Polizei im Video zu sehen sein wird. Nur bei genauer Betrachtung fällt auf, dass beispielsweise im Video „Schlagstockeinsatz gegen Stuttgart 21 Demonstranten“ dieser gar nicht dargestellt wird. Ebenso war das SEK während der Aufnahme des Films mit dem Titel „... Wasserwerfer, Reizgas, SEK“ nicht im Einsatz. Eine Nachvertonung des Videos (Voice-over) lenkt die Aufmerksamkeit des Zuschauers ebenfalls. Außerdem werden dadurch Handlungsabläufe verdeutlicht oder zusätzliche Informationen vermittelt. Insbesondere die Vertonung im Stil der Nachrichtensprache erhöht die Glaubwürdigkeit. Allerdings kann ein entsprechender Kommentar auch zu Wahrnehmungsfehlern führen. So erklärt der Sprecher im Video „Stuttgart 21 Polizeigewalt bei Demonstration im Schlossgarten am 30.09.2010 Wasserwerfer Reizgas SEK“, dass die Polizei auch mit „Knüppeln“ gegen die Protestteilnehmer vorgegangen ist (00:38 – 00:42). Im Bild sind Polizeibeamte zu sehen, die eine von Demonstranten hochgehaltene Plane niederreißen und überren-

nen. Der Schlagstock wird in dieser Szene nicht eingesetzt. Die mitunter hektischen Bilder erscheinen aber als „Beweis“ für die vermittelten Informationen.

Die Gründe für die entsprechenden Verhaltensweisen der Polizeibeamten werden in den Videos meist nicht geliefert oder sind auf den ersten Blick nicht zu erkennen. Beispielsweise wird eine Person von einem Polizeibeamten umgestoßen (Video „Stuttgart 21: Unsere Polizei – Einsatz im Schlossgarten Tag Y – 30.09.2010“<sup>33</sup>, 00:00 – 01:10). Erst bei wiederholter Ansicht ist zu erkennen, dass diese zuvor ein Brett auf die Fahrbahn geworfen hat und gerade dabei ist eine Warnbake aufzunehmen. Eine Vorgesichte, beispielsweise Aufforderungen von Beamten an die Protestteilnehmer oder die Handlungen der Demonstranten, werden nicht wiedergegeben. Eine Ausnahme stellt in diesem Zusammenhang der ZDF-Beitrag „Castor-Blockaden eskalieren“ dar. Hier werden zunächst die Aktionen der Demonstranten und anschließend die Reaktionen der Polizei erläutert. Insgesamt wird jedoch deutlich, dass die Kamera nicht in der Lage ist, die Realität umfassend abzubilden. Zeitpunkt und Dauer der Aufnahme sowie die Auswahl der Elemente, die im Bild enthalten sind (die sogenannte Kadrierung<sup>34</sup>), bestimmen den Ausschnitt der Realität, der dem Betrachter präsentiert wird.

Jedoch zeigen die untersuchten Videos auch, dass die Polizeibeamten trotzdem nicht unnahbar sind. Am Rande ist immer wieder zu erkennen, dass sich die Einsatzkräfte mit den Protestteilnehmern unterhalten. In vielen Szenen werden auch Polizeibeamte dargestellt, die sich nicht provozieren lassen und ruhig und konzentriert agieren (zum Beispiel in Video „Schlagstockeinsatz gegen Stuttgart 21 Demonstranten“, 00:00 – 00:17). Dies liegt allerdings nicht im unmittelbaren Interesse der filmenden Person. Eine mögliche Erklärung dafür ist, dass die YouTube-Inhalte von Nutzern für andere bereitgestellt werden. Da diese Internetplattform in erster Linie zur Unterhaltung genutzt wird, stehen Sensationslust, Spannung, Action und Nervenkitzel im Vordergrund.

Darüber hinaus wurde im Rahmen der hermeneutisch-wissenschaftlichen Videoanalyse festgestellt, dass insbesondere die Amateuraufnahmen – mit ihrer unruhigen Kameraführung, den langen Einstellungen und dem Verzicht auf eine nachträgliche Bearbeitung – eine starke Nähe zu den realen Ereignissen herstellen. Wird aus der

Perspektive der Protestteilnehmer gefilmt, hat der Betrachter das Gefühl, selbst vor Ort und Adressat der polizeilichen Maßnahmen zu sein. Dies fördert die emotionale Einbindung in das Geschehen. Dadurch wird die Meinungsbildung nachhaltiger beeinflusst. Hierbei konnten zwei verschiedene Muster identifiziert werden. Zum einen wurden sehr häufig lange Einstellungen festgestellt. Das Video „Stuttgart 21: Unsere Polizei – Einsatz im Schlossgarten Tag Y – 30.09.2010“ besteht beispielsweise aus einer einzigen vierminütigen Einstellung. Der Geschehensablauf wurde nicht durch Schnitte und Montage manipuliert. So hat der Betrachter das Gefühl, die Ereignisse unverfälscht miterleben. Andererseits dominiert in einigen Filmen eine sehr schnelle Schnittfrequenz (zum Beispiel Video „Castor 2010 – Die Polizei setzt die Interessen der Atomindustrie durch“, 00:00 – 00:04, in schneller Abfolge werden sieben Standbilder gezeigt). Dies erzeugt eine große Dynamik und Spannung, was die Ereignisse zusätzlich dramatisiert.

Außerdem wurde festgestellt, dass einige Szenen in verschiedenen Videos zu sehen sind. Entweder handelte es sich um dieselbe Einstellung bzw. Ausschnitte daraus (beispielsweise der Versuch der Einsatzkräfte, den Demonstranten eine Plane zu entreißen, vgl. Video „Castor 2010 – Die Polizei setzt die Interessen der Atomindustrie durch“, 00:13 – 00:25 und Video „Castor-Blockaden eskalieren“, 00:28 – 00:33) oder um Aufnahmen aus einer anderen Perspektive (beispielsweise der Einsatz des Reizstoffsprüngeräts durch den Beamten mit der Glatze im Video „Räumung im Park Polizei schlägt wehrlosen! Stuttgart 21: NEIN DANKE“ sowie im Video „Schlagstockeinsatz gegen Stuttgart 21 Demonstranten“).

Die in den Filmen erzeugte Wirkung der polizeilichen Vorgehensweise unterscheidet sich bei den untersuchten Großereignissen. Da sich die polizeilichen Maßnahmen in den Beiträgen zum Demonstrationsgeschehen „Stuttgart 21“ überwiegend gegen „normale“ Bürger (Frauen, ältere Menschen usw.) richten, die meist nur passiven Widerstand leisten, wirkt das Vorgehen der mit Schutzwesten, Protektoren, Helmen und diversen Einsatzmitteln ausgerüsteten Einsatzkräfte unverhältnismäßig. Im Zusammenhang mit dem Castortransport 2010 richteten sich die polizeilichen Maßnahmen fast ausschließlich gegen „vorbereitete“ (vermummte) Demonstranten. Einige dieser Maßnahmen blieben außerdem wirkungslos. Vor diesem

Hintergrund erscheint die Polizei nicht als „Übermacht“.

Zur Beantwortung der Ausgangsfragen, ob die Polizei in den YouTube-Filmen realistisch oder verzerrt dargestellt wird und ob Gemeinsamkeiten erkennbar sind, ergeben sich aus den Ergebnissen der hermeneutisch-wissenschaftlichen Videoanalyse folgende Hypothesen:

- Eine unruhige Kameraführung von Amateurfilmern, die sich zufällig vor Ort befinden und die Geschehensabläufe dokumentieren, vermittelt eine starke Nähe zu den realen Ereignissen. Dieser Eindruck wird durch lange Einstellungen intensiviert. Andererseits wird auch eine schnelle Schnittfrequenz genutzt, um Spannung und Dynamik aufzubauen und damit die Dramatik der Ereignisse zu steigern.
- Die Polizei setzt im Demonstrationsgeschehen Schlagstöcke, Reizgas, Wasserwerfer sowie einfache körperliche Gewalt gegen die Protestteilnehmer ein. Dabei gehen mehrere Einsatzkräfte gemeinsam gegen Einzelpersonen vor.
- Die meisten Videos liefern keine Begründung für das Verhalten der Beamten. Ereignisse im Vorfeld der Aufzeichnung oder außerhalb des Bildausschnittes bleiben dem Zuschauer verborgen. Dies bedeutet, dass die Kamera das Geschehen nicht umfassend abbildet. Durch die Kadrierung wird bestimmt, was der Zuschauer sieht.
- Es werden auch Polizisten dargestellt, die sich nicht provozieren lassen und ruhig und konzentriert ihre Arbeit erledigen oder mit den Protestteilnehmern sprechen. Dies liegt jedoch nicht im besonderen Interesse der Kamera.
- Die Wirkung der dargestellten polizeilichen Verhaltensweise hängt vom Erscheinungsbild des polizeilichen Gegenübers ab.

Das Verhalten der Polizei wurde in den untersuchten Videos sehr realitätsnah dargestellt. Hinweise auf bewusste Manipulationen konnten nicht festgestellt werden. Eine Verzerrung tritt jedoch durch den oft fehlenden Gesamtzusammenhang und dadurch fehlende Begründungen für bestimmte polizeiliche Vorgehensweisen ein.

Ob diese Forschungsergebnisse auf die Gesamtheit der YouTube-Videos mit Polizeibezug übertragbar sind, ist eine Fragestellung, die Material für weiterführende Studien

liefert. Möglicherweise weist die Darstellung der Polizei bei anderen Einsatzen (Verfolgungsfahrten, Festnahmen bei Überfällen oder Geiselnahmen, Fußballereinsätzen usw.) andere Muster auf.

### Inhaltsanalyse der Kommentare

Die Analyse der veröffentlichten Kommentare ergab, dass die Videos insbesondere Anlass für eine allgemeine Diskussion über das zugrunde liegende Thema waren. Konkrete Handlungen aus dem Film wurden nur dann thematisiert, wenn es sich um herausragende Personen (wie beispielsweise einen sehr markanten Polizeibeamten mit Glatze, der in den „Stuttgart 21“-Videos mehrfach gezeigt wurde) oder besondere Aktionen (beispielsweise wurde im Video „Castor 2010 – Die Polizei setzt die Interessen der Atomindustrie durch“ ein auf den Schienen liegender Demonstrant von einem Beamten geschlagen, 02:01 – 02:21).

Etwa 22 Prozent der Kommentare beinhalten Aussagen, die das gezeigte polizeiliche Handeln bewerteten. Das Verhalten der Polizei polarisierte. Im Zusammenhang mit den Einsatzmaßnahmen in Stuttgart waren 53 Prozent der Bewertungen zustimmend. Äußerungen aus dem Bereich der *starken Zustimmung* lauten beispielsweise „die Polizei macht einen tollen Job“ oder „der Einsatz war eher vorbildlich als verwerflich“. Es gab auch bedenkliche Stimmen, die sich für mehr Gewalt ausgesprochen haben („Schade, dass die Polizei nicht richtig zuschlägt“ oder „viel zu sanft wird da mit den Demonstranten umgegangen“). 42 Prozent der Bewertungen enthielten ablehnende Äußerungen. *Ablehnung* wurde beispielsweise durch Äußerungen wie „Polizei, dein Freund und Helfer, die Aussage trifft nicht mehr zu“ oder „die Bullen sollen uns demonstrieren lassen“ deutlich. *Starke Ablehnung* wurde an Aussage wie „die Eskalation ging eindeutig von der Polizei aus“ oder „überzogene Gewaltanwendung der Polizei“ festgemacht. Die Kommentatoren der „Castor 2010“-Videos stimmten dem polizeilichen Verhalten in 61 Prozent der Fälle zu und lehnten es in 32 Prozent ab. Bemerkenswert ist dabei, dass in über 12 Prozent der Einträge die Gewalt der Polizei befürwortet wird (bei „Stuttgart 21“: knapp fünf Prozent). Eine neutrale bzw. differenzierte Meinung bestand in etwa fünf bzw. sieben Prozent der Bewertungen. In beiden Themenbereichen entfielen etwa 25 Prozent der Bewertungen auf die Aussage, dass die Demonstranten die

Vorgehensweise der Polizei provoziert bzw. selbst verschuldet haben.

Die Bewertungen gingen mit zahlreichen abwertenden Äußerungen über die Polizei (etwa fünf Prozent der Einträge) einher. Diese reichten beispielsweise von „menschlichem Abschaum“ über „verhurte Bullenschweine“ bis hin zu bedrohlichen Aussagen („irgendwann bekommen die vom System bezahlten Gewaltkriminellen es 1000fach zurückgezahlt!! Merkt euch verfucktes Bullenpack! Zum Schluss werdet ihr diejenigen sein, die blutend und verstümmelt am Boden liegen! ...“). 31 Mal wurde ein Vergleich mit dem NS-Regime angestellt und 41 Mal die Aussage „All Cops Are Bastards“ getroffen.

Die Kommentatoren äußerten sich auch über die Polizei im Allgemeinen. Positive Beiträge thematisierten beispielsweise die erlebte Hilfsbereitschaft der Polizei und gute Ergebnisse im Vergleich mit den Polizeien anderer Länder. In negativen Einträgen hieß es unter anderem, dass die Polizei gegen Menschenrechte ist und viele Beamte den Beruf gewählt haben, um legal Menschen verprügeln zu können. 20 Mal wurden eine Kennzeichnung der Beamten und drei Mal eine unabhängige Beschwerdestelle gefordert.

Etwa zwei Prozent der Kommentare beschäftigten sich mit rechtlichen Bewertungen. Diese betrafen insbesondere das Vorgehen der Polizei. Eine besondere Rechtsauffassung vertrat beispielsweise „dopenhagen 2009“: „Polizisten operieren hier im zivilrechtlichen Rahmen, nicht im militärischen und dürfen keine physische Gewalt anwenden.“ Es werden aber auch Verhaltensweisen der Demonstranten sowie allgemeine Grundsätze (Versammlungsfreiheit, Remonstrationspflicht, „Widerstandsrecht“ usw.) thematisiert. Diese Äußerungen widersprechen oft den tatsächlichen rechtlichen Gegebenheiten.

Einige Kommentare bestätigten die Hypothesen, die durch die Videoanalyse entwickelt wurden. Zu den „Stuttgart 21“-Videos wurden mehrfach die Ausrüstung der Beamten sowie deren Vorgehen gegen „normale“ Bürger (Frauen, Kinder, Alte) angesprochen. Der fehlende Schlagstockeinsatz in Video „Schlagstockeinsatz gegen Stuttgart 21 Demonstranten“ wurde ebenfalls bemerkt. Außerdem wurde thematisiert, dass Vorläufe zu polizeilichen Handlungen nicht gezeigt wurden und dass das Verhalten der Beamten dadurch nicht gerechtfertigt erschien. Andere Kommentatoren vertraten die Ge-

genansicht. So seien überwiegend gewalttätige Demonstranten dargestellt worden, was die Polizei in ein zu positives Licht gerückt habe. Die Inhaltsanalyse der Kommentare führt zu folgenden Schlussfolgerungen:

- Nur ein geringer Teil der Kommentare thematisiert den konkreten Inhalt des betreffenden Videos. Die Diskussionen und Meinungsäußerungen werden in einen größeren Kontext eingeordnet.
- Etwa 22 Prozent aller Einträge bewerten das Verhalten der Polizei, das im Video gezeigt wird bzw. damit im Zusammenhang steht.
- Das polizeiliche Verhalten polarisiert. Eine differenzierte Beurteilung findet kaum statt. Der Anteil zustimmender Meinungsäußerungen liegt bei über 50 Prozent. Erläuterungen und Begründungen für polizeiliche Handlungen in den Videos steigern die Zustimmung der Betrachter.
- Etwa fünf Prozent aller Einträge enthalten beleidigende oder abwertende Äußerungen bezüglich der Polizei bzw. den Polizeibeamten. Etwa zwei Prozent der Kommentare beinhalten rechtliche Bewertungen.
- Der Sprachgebrauch ist oft beleidigend und bedrohend. Die Ausdrucksweise ist stark an die Umgangssprache angelehnt und die Verwendung von Emoticons verbreitet. Auf Rechtschreibung wird kein besonderer Wert gelegt.

Bei der Bewertung dieser Ergebnisse ist zu bedenken, dass nur wenige, die ein Video betrachten, auch einen Kommentar dazu verfassen. Etwa sieben bis 13 Prozent der Nutzer von Videoportalen kommentieren die Filme.<sup>35</sup> Demnach konnte durch diese Analyse nur die Wirkung auf einen Teil der Rezipienten erfasst werden. Außerdem erfordert eine umfassende Interpretation verschiedene Kenntnisse über die Verfasser der Diskussionsbeiträge. Nach einer Statistik von Google waren die meisten deutschen YouTube-Nutzer im Mai 2011 zwischen 25 und 54 Jahre alt. 66 Prozent waren männlich und 34 Prozent weiblich. 31 Prozent der YouTube-Nutzer hatten ein Haushaltseinkommen bis 18.000 Euro, bei ebenfalls 31 Prozent betrug es zwischen 36.000 Euro und 54.000 Euro.<sup>36</sup> Da diese Informationen den einzelnen Kommentatoren jedoch nicht zugeordnet werden können, ist eine Auswertung nach bestimmten Variablen nicht möglich. Eine Übertragung der Ergebnisse

auf die breite Masse der Bevölkerung wäre daher nicht gerechtfertigt. Dennoch vermitteln die gewonnenen Erkenntnisse einen empirisch fundierten Eindruck davon, wie die Polizei auf der Internetplattform YouTube wahrgenommen, wie ihr Handeln bewertet und in welcher Form über sie diskutiert wird.

### Polizeiliche Öffentlichkeitsarbeit

Handlungsbedarf seitens der Polizei besteht im Einsatzgeschehen sowie im Alltagsgeschäft. Im konkreten Einsatzfall sollte der Auftrag der Internetaufklärung und -beobachtung erteilt werden. Eingestellte Videos können unmittelbar festgestellt werden und die Polizei kann zeitnah darauf reagieren. Einige Polizeibehörden arbeiten derzeit entsprechende Maßnahmen in ihre Planunterlagen ein und setzen sie bereits um. Eine entsprechende Berücksichtigung der Neuen Medien – insbesondere auch der Internetplattform YouTube – in den Plan- und Einsatzunterlagen sollte flächendeckend umgesetzt werden.

Die (zeitnahe) Verwendung polizeilichen Dokumentationsmaterials zur Öffentlichkeitsarbeit erscheint hingegen problematisch. Insbesondere sind Persönlichkeitsrechte zu beachten. In vielen Fällen handelt es sich bei den Aufnahmen um Beweismaterial, sodass vor einer möglichen Veröffentlichung Absprachen mit der Staatsanwaltschaft erforderlich sind. Ergänzend sei an dieser Stelle auf die eingeschränkte rechtliche Zulässigkeit von Videoaufnahmen durch die Polizei bei Versammlungen hingewiesen.

Da sich die Internetplattform YouTube zur zweitgrößten Suchmaschine der Welt entwickelt hat<sup>37</sup>, liegen hier Potenziale, um dem Internetnutzer – getreu dem Motto „Broadcast Yourself“ – gezielt sachliche Informationen über die Polizei zur Verfügung zu stellen. Dies könnte beispielsweise durch die Schaltung eines polizeieigenen YouTube-Kanal realisiert werden. Diese Form der Öffentlichkeitsarbeit hat sich im Bereich der politischen Kommunikation bereits etabliert. So haben verschiedene Parteien eigene YouTube-Kanäle (CDU.TV<sup>38</sup>, tv liberal (FDP)<sup>39</sup>, SPDvision<sup>40</sup>, KANAL GRÜN<sup>41</sup> usw.). Die Bundeswehr verfügt seit August 2010 ebenfalls über einen eigenen Kanal auf der Internetplattform YouTube<sup>42</sup> und hat damit positive Erfahrungen gemacht.<sup>43</sup>

Natürlich ist zu bedenken, dass insbesondere ältere Menschen, die das Internet weniger

häufig nutzen, nicht erreicht werden können. Außerdem ist fraglich, inwiefern Personen, die sich beispielsweise den Nutzernamen „MrBullenschweine“, „88Staffel“ oder „EgoShooter18“ geben, durch einen polizeilichen YouTube-Auftritt angesprochen werden können. Dennoch kann über diese Internetplattform eine große Zielgruppe erreicht werden. Insbesondere die 14- bis 19-jährigen, die inzwischen alle online sind, verbringen etwa zwei Stunden pro Woche auf YouTube, Tendenz steigend.<sup>44</sup> Auch wenn es – wie bei Präventionsmaßnahmen insgesamt – schwierig ist, die beabsichtigte Wirkung der Öffentlichkeitsarbeit auf der Internetplattform YouTube zu erkennen<sup>45</sup>, besteht die Möglichkeit, aus den Kommentaren der Nutzer verschiedene Reaktionen festzustellen. Die detaillierte Ausgestaltung eines solchen Internetauftritts liefert – insbesondere vor dem Hintergrund des ständig steigenden Aufgabenzuwachses der Polizei bei Personal- und Ressourcenknappheit – Material für weiterführende Forschungsarbeiten.

Durch die verstärkte Nutzung sozialer Netzwerke und Online-Dienstleistungen haben sich viele Lebensbereiche ins World Wide Web verlagert. Eine bloße Reaktion der Polizei auf rechtliche und ermittlungstaktische Problemstellungen im Zusammenhang mit der gestiegenen Anzahl der Straftaten, die mittels Internet begangen wurden<sup>46</sup>, ist dabei nicht ausreichend.

Die Polizei darf das veränderte Mediennutzungsverhalten auch auf dem Gebiet ihrer Presse- und Öffentlichkeitsarbeit nicht außer Acht lassen. Sie muss – im Sinne einer „virtuellen Bürgernähe“ – aktiv daran teilhaben. Insbesondere die Pressestellen müssen sich strukturell, personell und technisch auf diese neue Form der Öffentlichkeitsarbeit einstellen. Eine moderne Polizei darf sich nicht auf ihre bisherigen Aktionsbereiche zurückziehen. Sie muss ihre Potenziale erkennen und nutzen. Dabei ist es erforderlich, neue Wege zu gehen.

### Fußnoten

1 Prozesse menschlicher Wahrnehmung sind vielschichtig und komplex. Sie hängen insbesondere von biologischen, gesellschaftlichen und normativen Komponenten ab. Ausführlich vgl. Roth, Gerhard/Hejl, Peter M./Köck, Wolfram K.: Einleitungsreferat, in: Hejl, Peter M./Köck, Wolfram K./Roth, Gerhard (Hrsg.): Wahrnehmung und Kommunikation, Verlag Peter Lang GmbH, Frankfurt am Main 1978, S. 1 bis 95, S. 16 ff. Das Auftreten von Wahrnehmungsfehlern muss in diesem Zusammenhang ebenfalls berücksichtigt werden. Dabei ist die visuelle Wahrnehmung die Form, die am leichtesten beeinflusst werden kann. Zur visuellen Wahrnehmung

- existieren zahlreiche Erklärungsansätze und Theorien. Ausführlich vgl. Pinker, Steven: Visual Cognition, Third printing, Elsevier Science Publishers B.V., Amsterdam 1988, S. 1 ff.
- 2 Vgl. Linssen, Ruth/Pfeiffer, Hartmut (Hrsg.): Polizei. Aufendardarstellung in Öffentlichkeit und Medien, Verlag für Polizeiwissenschaft, Frankfurt am Main 2009, S. 5.
  - 3 Vgl. Meckel, Miriam: Reputationsevangelisten und Reputationsterroristen – Unternehmenskommunikation im Web 2.0, in: Meckel, Miriam/Katarina Stanoevska-Slabeva (Hrsg.): Web 2.0 – Die nächste Generation Internet, Nomos, Baden-Baden 2008, S. 109 bis 128, S. 114 f.
  - 4 Vgl. Eimeren, Birgit van/Frees, Beate: Fast 50 Millionen Deutsche online -Multimedia für alle? Ergebnisse der ARD/ZDF Onlinestudie 2010, in: Media Perspektiven 7-8/2010, S. 334 bis 338 und S. 379 (Zusammenfassung), S. 379.
  - 5 Vgl. Google, Suchbegriff „Polizei“: <http://www.google.de/search?q=Polizei&ie=utf-8&oe=utf-8&aq=t&rls=org.mozilla:de:official&client=firefox-a> (Zugriff: 04.12.2011, 10.00 Uhr): knapp 83 Millionen Treffer.
  - 6 Beißwenger, Achim (Hrsg.): YOUTUBE und seine Kinder, Wie Online-Video, Web TV und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren, Nomos Ed. Fischer, Baden-Baden 2010, S. 17.
  - 7 Vgl. Eimeren, Birgit van/Frees, Beate: Bewegtbild im Web – Multioptional im digitalen Zeitalter, in: Media Perspektiven 7-8/2010, S. 350 bis 358, S. 351 ff.
  - 8 Kersten, Joachim: Inhaltsanalyse – Materialverwertung als Sinnsuche, in: Barthel, Christian/Lorei, Clemens (Hrsg.): Empirische Forschungsmethoden, Eine praxisorientierte Einführung für die Bachelor- und Masterstudiengänge der Polizei, Verlag für Polizeiwissenschaft, Frankfurt 2010, S. 265 bis 279, S. 271.
  - 9 YouTube, Suchbegriff „Polizei“: [http://www.youtube.com/results?search\\_query=Polizei&aq=f](http://www.youtube.com/results?search_query=Polizei&aq=f) (Zugriff: 08.05.2011, 13.05 Uhr).
  - 10 YouTube, Suchbegriff „Stuttgart 21 Polizei“: [http://www.youtube.com/results?search\\_query=stuttgart+21+polizei&aq=0&oq=Stuttgart+21+Polizei](http://www.youtube.com/results?search_query=stuttgart+21+polizei&aq=0&oq=Stuttgart+21+Polizei) (Zugriff: 02.05.2011, 18.00 Uhr).
  - 11 Vgl. Beißwenger, Achim (Hrsg.): YOUTUBE und seine Kinder, Wie Online-Video, Web TV und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren, Nomos Ed. Fischer, Baden-Baden 2010, S. 16.
  - 12 Vgl. Buhr, Thomas de/Tweraser, Stefan: My Time is Prime Time, in: Beißwenger, Achim (Hrsg.): YOUTUBE und seine Kinder, Wie Online-Video, Web TV und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren, Nomos Ed. Fischer, Baden-Baden 2010, S. 96 bis 91, S. 75.
  - 13 Vgl. YouTube, Suchbegriff „\*\*“ (Platzhalter): [http://www.youtube.com/results?search\\_query=\\*%&aq=f](http://www.youtube.com/results?search_query=*%&aq=f) (Zugriff: 04.12.2011, 10.20 Uhr).
  - 14 Vgl. YouTube: [http://www.youtube.com/t/press\\_statistics](http://www.youtube.com/t/press_statistics) (Zugriff: 04.12.2011, 10.25 Uhr).
  - 15 Vgl. YouTube: [http://www.youtube.com/results?search\\_type=videos&search\\_query=Polizei&suggested\\_categories=23%2C2%2C24%2C25%2C29&uni=3](http://www.youtube.com/results?search_type=videos&search_query=Polizei&suggested_categories=23%2C2%2C24%2C25%2C29&uni=3) (Zugriff: 09.05.2011, 12.50 Uhr).
  - 16 YouTube: [http://www.youtube.com/watch?v=G9p1G-3\\_mtl](http://www.youtube.com/watch?v=G9p1G-3_mtl) (Zugriff: 30.04.2011, 14.50 Uhr).
  - 17 YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=KJTG0KWAPSA> (Zugriff: 30.04.2010, 15.50 Uhr).

- 18 YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=c17CtyO3S4Q> (Zugriff: 01.05.2011, 17.40 Uhr).
- 19 YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=1BuRkBVdF8o> (Zugriff: 30.04.2011, 16.36 Uhr).
- 20 YouTube: [http://www.youtube.com/watch?v=ll6ALmQcG\\_A](http://www.youtube.com/watch?v=ll6ALmQcG_A) (Zugriff: 01.05.2010, 10.40 Uhr).
- 21 YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=zoFVpGXXt9g> (Zugriff: 01.05.2010, 17.10 Uhr).
- 22 YouTube: <UNTER>[http://www.youtube.com/watch?v=HPvk4\\_GpP8w<unter>](http://www.youtube.com/watch?v=HPvk4_GpP8w<unter>) (Zugriff: 01.05.2011, 15.35 Uhr).
- 23 Die wissenssoziologische Hermeneutik ist die sozialwissenschaftliche Variante der „Kunstlehre des Verstehens“. Vgl. Raab, Jürgen: Visuelle Wissenssoziologie, Theoretische Konzeption und materiale Analysen, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2008, S. 134.
- 24 Vgl. Raab, Jürgen: Visuelle Wissenssoziologie, Theoretische Konzeption und materiale Analysen, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2008, S. 156.
- 25 Vgl. Raab, Jürgen: Visuelle Wissenssoziologie, Theoretische Konzeption und materiale Analysen, UVK Verlagsgesellschaft mbH, Konstanz 2008, S. 152.
- 26 Die Einstellung ist die kleinste kontinuierlich belichtete filmische Einheit, die jeweils mit einem Schnitt beginnt bzw. endet. Vgl. Korte, Helmut: Einführung in die Systematische Film-analyse, Ein Arbeitsbuch, 4. Auflage, Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2010, S. 34.
- 27 Vgl. Reichertz, Jo/Englert, Carina Jasmin: Einführung in die qualitative Videoanalyse, Eine hermeneutisch-wissenssoziologische Fallanalyse, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2011, S. 14 f.
- 28 Vgl. Korte, Helmut: Einführung in die Systematische Filmanalyse, Ein Arbeitsbuch, 4. Auflage, Erich Schmidt Verlag GmbH & Co. KG, Berlin 2010, S. 37.
- 29 Vgl. Faulstich, Werner: Grundkurs Film-analyse, 2. Auflage, Wilhelm Fink Verlag, Paderborn 2008, S. 121 ff.
- 30 Vgl. Berger, Peter L./Luckmann, Thomas: Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit, Eine Theorie der Wissenssoziologie, 23. Auflage, Fischer Taschenbuchverlag GmbH, 2010, S. 21 ff.
- 31 Vgl. Mayring, Philipp: Qualitative Inhaltsanalyse, Grundlagen und Techniken, 11. Auflage, Beltz Verlag, Weinheim und Basel 2010.
- 32 Vgl. Kuckartz, Udo: Einführung in die computer-gestützte Analyse qualitativer Daten, 3., aktualisierte Auflage, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2010, S. 12 ff.
- 33 YouTube: <http://www.youtube.com/watch?v=1BuRkBVdF8o> (Zugriff: 30.04.2011, 16.36 Uhr).
- 34 Vgl. Reichertz, Jo/Englert, Carina Jasmin: Einführung in die qualitative Videoanalyse, Eine hermeneutisch-wissenssoziologische Fallanalyse, VS Verlag für Sozialwissenschaften, Wiesbaden 2011, S. 27.
- 35 Die sogenannte 89-10-1-Regel besagt, dass etwa 89 Prozent der Internetnutzer niemals und 10 Prozent gelegentlich interagieren. Ein Prozent der Nutzer produziert und veröffentlicht Inhalte. Vgl. Arthur, Charles: What is the 1% rule? The Guardian (Technology section), Thursday 20 July 2006, verfügbar unter: <http://www.guardian.co.uk/technology/2006/jul/20/guardianweeklytechnologysection2> (Zugriff: 09.05.2011, 11.20 Uhr). Nach Gscheidle und Fisch stellen sieben Prozent der Nutzer von Videoportalen selbst Informationen ein. Vgl. Gscheidle, Christoph/Fisch, Martin: Online 2007: das „Mitmach-Netz“ im Breitbandzeitalter. PC-Ausstattung und Formen aktiver Internetnutzung: Ergebnisse der ARD/ZDF Online-Studie 2007, in: Media Perspektiven, 2007, Nr. 8, S. 393 bis 406, S. 401. Eine andere Untersuchung ergab, dass 13 Prozent der Nutzer von Videoportalen Kommentare hochladen. 25 Prozent davon sind zwischen 18 und 29 Jahren, neun Prozent zwischen 30 und 49 und fünf Prozent sind zwischen 50 und 64 Jahren. Vgl. Madden, Mary: Pew/Internet & American Life Project, Online Video, 25. Juli 2007, verfügbar unter: [http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP\\_Online\\_Video\\_2007.pdf](http://www.pewinternet.org/~media/Files/Reports/2007/PIP_Online_Video_2007.pdf) (Zugriff: 02.06.2011, 17.20 Uhr), S. III.
- 36 Vgl. Google, doubleclickadplanner: [https://www.google.com/adplanner/planning/site\\_profile?hl=de#siteDetails?identifier=youtube.com&geo=DE&trait\\_type=1&lp=true](https://www.google.com/adplanner/planning/site_profile?hl=de#siteDetails?identifier=youtube.com&geo=DE&trait_type=1&lp=true) (Zugriff: 30.06.2011, 12.15 Uhr).
- 37 Vgl. Beißwenger, Achim (Hrsg.): YOUTUBE und seine Kinder, Wie Online-Video, Web TV und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren, Nomos Ed. Fischer, Baden-Baden 2010, S. 75.
- 38 YouTube: <http://www.youtube.com/user/cdutu?ob=5> (Zugriff: 23.06.2011, 11.05 Uhr).
- 39 YouTube: <http://www.youtube.com/user/FDP?blend=1&cob=5> (Zugriff: 23.06.2011, 11.00 Uhr).
- 40 YouTube: <http://www.youtube.com/user/SPDvision?ob=5> (Zugriff: 23.06.2011, 11.05 Uhr).
- 41 YouTube: <http://www.youtube.com/user/GRUENE?ob=5> (Zugriff: 23.06.2011, 11.10 Uhr).
- 42 YouTube: <http://www.youtube.com/user/Bundeswehr?feature=pvchclk> (Zugriff: 24.06.2011, 09.30 Uhr).
- 43 Nach Ausführungen eines leitenden Vertreters der Informations- und Medienzentrale der Bundeswehr.
- 44 Vgl. Buhr, Thomas de/Tweraser, Stefan: My Time is Prime Time, in: Beißwenger, Achim (Hrsg.): YOUTUBE und seine Kinder, Wie Online-Video, Web TV und Social Media die Kommunikation von Marken, Medien und Menschen revolutionieren, Nomos Ed. Fischer, Baden-Baden 2010, S. 69 bis 91, S. 73.
- 45 Vgl. Witte, Barbara: Journalismus – Partizipation – Öffentlichkeit: Das Social Web in der Politikberichterstattung, in: Zerfaß, Ansgar/Welker, Martin/Schmidt, Jan (Hrsg.): Kommunikation, Partizipation und Wirkungen im Social Web, Band 2 Strategien und Anwendungen: Perspektiven für Wirtschaft, Politik und Publizistik, Herbert von Halem Verlag, Köln 2008, S. 97 bis 115, S. 109.
- 46 Vgl. Bundesministerium des Innern (Hrsg.): Polizeiliche Kriminalstatistik 2010, IMK Kurzbericht, Bundesministerium des Innern, Berlin 2011, verfügbar unter: [http://www.bka.de/pks/pks2010/download/pks2010\\_imk\\_kurzbericht.pdf](http://www.bka.de/pks/pks2010/download/pks2010_imk_kurzbericht.pdf) (Zugriff: 26.06.2011, 22.00 Uhr), S. 7 f.

## Zivilcourage bei Gewaltgeschehnissen im öffentlichen Raum

Thomas Weber

In den 1990er-Jahren war der Begriff „Zivilcourage“ eng mit dem Einschreiten gegen Rassismus und Fremdenfeindlichkeit verknüpft. Heute ist er durch Medienaufmerksamkeit auf Gewaltereignisse im öffentlichen Raum („Dominik Brunner“) ins öffentliche Interesse gerückt. Deren Stellenwert wird hervorgehoben durch eine anhand solcher Fälle wieder aufgerollte Diskussion über mangelnde Hilfsbereitschaft und der Forderung nach mehr Zivilcourage. Täter sollten –so die Forderung– mit dem

Einschreiten eines oder mehrerer Zeugen sowie mit einer später erfolgenden Bestrafung ihres Fehlverhaltens rechnen müssen.<sup>1</sup> Neben der Verantwortung jedes Einzelnen spielen auch die Medien in ihrer Berichterstattung über Kriminalität und spektakuläre Gewaltereignisse eine gewichtige Rolle, vor allem bei entsprechenden Aufrufen zur Stärkung von Solidarität und Zivilcourage durch deren positive Darstellung (Baringhorst, 1999, 2001; zitiert nach: Meyer, 2004a, S. 44). Mittelbar unterstützend wirkt

auch der Wandel der Berichterstattung aufgrund einer veränderten öffentlichen Wahrnehmung, die das Opfer stärker in den Fokus rückt als den Täter als ein „Opfer der Gesellschaft“ (Kersten, 2008, S. 297).

In der nachfolgenden Studie werden Zivilcouragefälle als Situationen verstanden, innerhalb derer sich die Hilfeleistung aus Sicht des Helfenden in Form einer Interaktion gegen einen anderen (Täter) richtet, der einen Dritten (Opfer) der Gefahr einer