

**Achtung! Die
anderen
Medien
wollen Eure
Gehirnzellen
zerstören!
Deshalb lest:
fluter.**

Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung

Propaganda

**Homer Simpson hat
einen IQ von 120,**

**Donald Trump ist
eigentlich eine Frau**

**und Wladimir Putin
ein lupenreiner
Demokrat.**

**PS: In Deutschland
ist es immer schön**

Editorial

→ Wo sich Menschen Meinungen mithilfe von Massenmedien bilden, ist Propaganda nicht weit. Sie ist der Versuch, kollektive Überzeugungen und Emotionen zu formen, zu synchronisieren und für zielgerichtetes Handeln zu motivieren. Propaganda wird von unterschiedlichsten Akteuren eingesetzt. Staaten, Medien, Unternehmen, Gruppen, Einzelpersonen – sie alle nutzen ihre Instrumente für sich. Ob es darum geht, Kriege zu legitimieren, sich selbst, die eigene Leistung oder eigene Produkte besser dastehen zu lassen, oder darum, andere Meinungen und Menschen zu diffamieren.

Die Mittel für Propaganda sind heute vielfältiger als je zuvor. Waren früher Radio, Film, Fernsehen und Presse die wichtigsten propagandistischen Plattformen, so kommen heute die verschiedenen Netzwerke und Formate der digitalen Medien hinzu. Propaganda erschöpft sich längst nicht mehr in Worten, Bildern oder Zahlen. Algorithmen, Likes und Social Bots sind heute ebenfalls fester Bestandteil. Fake News stehen dabei für eine bedenkliche Entwicklung. Die Wirkung von Gerüchten und gezielten Falschmeldungen im Netz kann massiv sein – für einzelne Menschen, aber auch für Gruppen oder sogar Staaten.

Propaganda arbeitet mit den Ängsten und Hoffnungen der Vielen. Sie verspricht, zu den Starken, Guten, zu den Siegern zu gehören. Aber der Preis der einfachen Wahrheiten ist der Zusammenhalt durch Unterwerfung. Die Kehrseite geschlossener Systeme des Meinens ist die Gewalt gegen Andersdenkende und die oft genug neurotische Ausblendung realer Widersprüche.

Dass das Wort heute einen bösen Ruf hat, ist den geschichtlichen Erfahrungen geschuldet. In Deutschland diente die Propaganda der Nationalsozialisten dazu, den Massenmord von Staats wegen zu rechtfertigen und in ein geschlossenes Glaubenssystem zu integrieren. Dabei spielte der Antisemitismus eine wichtige Rolle. Die so entfesselte maßlose Gewalt nach innen und außen und die massenhafte „Gleichschaltung“ von Medien und Meinungen sind deshalb bis heute das Menetekel für allen Erfolg von Propaganda.

Propaganda ist kein Schicksal. Eine freie und kritische Presse, die öffentliche Vielfalt der Meinungen, offener Streit um Einstellungen und Werte sind mächtige Gegenkräfte gegen propagandistische Verkürzungen. Nicht zuletzt deshalb ist die Abschaffung der freien Presse eines der ersten Ziele von Diktatoren und autoritären Regimes.

Wir alle sind den Versuchungen und Zumutungen von Propaganda ausgesetzt. Doch jedes propagandistische System hat seine Risse und ausgeblendeten Zonen. Sie zu beleuchten ist der erste Schritt in die Freiheit und eigene Verantwortung. Und so stehen wir immer wieder vor einfachen Fragen: Wem kann und will ich wie weit vertrauen, wie gehe ich mit den Anderen, den behaupteten Gegnern und wie mit meinen Zweifeln um? Wie weit reicht mein Mut, mich meines eigenen Verstandes zu bedienen? **Thorsten Schilling**

Play it like Putin: Werbung für den Staat gibt's auch im Andenkenshop. Lenin, Stalin und der jetzige Kremlchef als Matrjoschka-Figuren



Inhalt

5

JETZT MAL EHRlich

Nicht nur Worte, auch Bilder können großen Einfluss auf unsere Meinung haben. Deswegen sollte man genau hinsehen.
Eine Ausstellung

10

ERLÖSE UNS

Wer sind die Blöden, die auf Propaganda reinfallen? Leider wir alle. Ein selbstkritisches Gespräch

14

QUELLE: INTERNET

Wie man merkt, ob ein Video, das in den sozialen Medien auftaucht, echt ist

16

PROPAGANDA? WIR DOCH NICHT!

Mit dem Sender Russia Today verbreitet der Kreml weltweit seine Sicht auf die Dinge

19

DRUCK ERZEUGT GEGENDRUCK

Das ist Samisdat! Über die Medien der DDR-Protestbewegung

20

GUTER KAMPF

In vielen Konflikten hat die US-Regierung auf Desinformation gesetzt



S. 32



S. 16

22

ALLAH SCHICKT KEINE FREUNDSCHAFTSANFRAGEN

Wie radikale Islamisten Nachwuchs rekrutieren und was man dagegen machen kann

26

HA! HITLER WAR AUCH VEGETARIER!

Unser Schaubild zeigt die rhetorischen Tricks der Dampfplauderer

28

VOM KÜNSTLICHEN AUFREGEN

Social Bots nehmen immer mehr zu. Mit ihnen kann die öffentliche Meinung schnell manipuliert werden

32

IMMER MITTEN IN DIE PRESSE

In der Türkei, in Polen, Russland und Ungarn geraten Journalisten zunehmend unter Druck

36

SCHEISSNUMMER

Mit Statistiken und Zahlen kann man gut tricksen.
Wir schauen uns mal ein paar an

38

HALLE MAL HERHÖREN

Wie ein Ausländerfeind mit seinem Blog Stimmung macht

41

DAUMEN HOCH!

Mieses Geschäft: Unser Autor gibt Likes ab und bekommt dafür Geld



42

HALLELUJA

In vielen afrikanischen Ländern verbreiten christliche Kirchen erfolgreich ihre Botschaft

44

NEID UND MISSGUNST

Wie ist in Deutschland der Antisemitismus entstanden, und wie konnte es zum Holocaust kommen?
Ein eminent wichtiges Gespräch

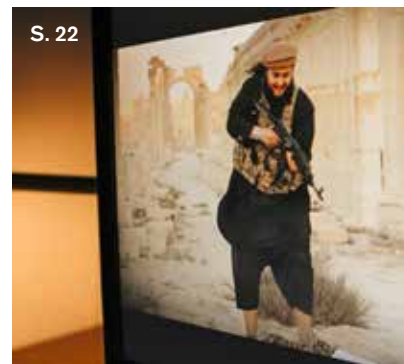
48

K-POP FÜR DIE OTTER

Die Südkoreaner beschallen Nordkorea mit Musik und Parolen

50

IMPRESSUM & VORSCHAU



S. 22

Alles Lüge

Lest mehr fluter!
Spart Geld!
[www.fluter.de/
heft-Abo](http://www.fluter.de/heft-Abo)



**Jetzt
mal**

01

ehrlich



02 So locker sind wir!

Eine Razzia in der Sauna? Nackt-Yoga mit Kind? Nein: ein Foto der Kommune 1, der bekanntesten WG der 68er-Generation. So sahen sie also aus, die Hippies mit ihrer Mischung aus Sex und Drogen, die die Gesellschaft von allen Zwängen befreien wollten und mit diesem Bild gegen den als brutal und übergriffig empfundenen Staat protestierten. Später berichtete ein Mitglied der Kommune, dass das Posieren für den Fotografen Thomas Hesterberg im Juni 1967 als eher lästig empfunden wurde und alle froh waren, sich wieder anziehen zu können. Nackt kannten sich nämlich nur die wenigsten untereinander, freie Liebe existierte eher in den Köpfen als im Bett. Täglicher Sex? Schrecklich, fand Rainer Langhans, der Oberguru mit dem Lockenkopf.



Fotos eignen sich gut, um Emotionen zu schüren – doch manchmal steckt etwas anderes dahinter, als man glaubt. Eine Ausstellung berühmter Bilder

Von Jan Ludwig

Ein Bild, heißt es, sagt mehr als 1.000 Worte. Genau das ist das Problem. Fotografien versteht man scheinbar auf den ersten Blick, sie wirken direkter, emotionaler, authentischer. Dabei lassen sich Fotos im Smartphone-Zeitalter ebenso leicht aufnehmen wie bearbeiten. Mit einem Tastendruck verschwinden Bildelemente, steigt die Helligkeit, ändern sich Farben. Das macht Bilder zum idealen Vehikel für Propaganda. Selbst wenn ein Foto unbearbeitet in die Zeitung käme oder in den Blog, gibt es da noch die Bildunterschrift. Mit ihr kann man hervorragend manipulieren, sie kann die Aussage des Fotos in einen Kontext stellen – oder auf den Kopf.

Was das kritische „Lesen“ von Fotos angeht, sind wir immer noch Analphabeten. Wir misstrauen Texten, aber nur selten Bildern. „Fotografien sind die mächtigste Waffe der Welt“, schrieb der Kriegsfotograf Eddie Adams, und er musste es wissen. Adams war bestürzt von der Wirkung seiner berühmtesten Aufnahme, einer Erschießung mitten auf einer Straße zur Zeit des Vietnamkriegs. Obwohl es ihm einen Pulitzerpreis brachte, hielt er das Foto für misslungen, ja gefährlich. Es zeige eben nur einen Ausschnitt der Wirklichkeit. „Die Leute glauben ihnen, aber Fotografien lügen, auch wenn sie unretuschiert sind. Sie sind nur Halbwahrheiten.“

01 Mann im Mond

Eigentlich dienen Fotos dazu, Ereignisse zu dokumentieren. Manchmal aber sind Bilder auch der Auslöser für Zweifel. Bestes Beispiel: die Mondlandung. Da fotografierten die Astronauten von Apollo 11, was ihre Kameras hergaben - und dann nutzten Verschwörungstheoretiker genau diese Belege, um Indizien dagegen zu finden und die Bilder als Propagandalüge der US-Regierung hinzustellen. Denn wie kann eine Fahne wehen, wenn es doch keinen Wind auf dem Mond gibt? Und warum erkennt man verschiedene Schatten, wenn es doch nur eine Lichtquelle (die Sonne) gibt? Das sind nur zwei der Fragen, die sich Hobbyastronomen stellten. Der Ausdruck „gefährliches Halbwissen“ ist vermutlich für Leute wie sie erfunden worden. Denn die echten Experten sind sich dann doch ziemlich einig: Natürlich geht das mit der Mondlandung. Man muss nur Ahnung von Physik haben.



04



05

Fluter Nr. 63, Thema: Propaganda

03 Der Schrei der anderen

Das Foto des Kriegsphotografen Nick Út aus dem Vietnamkrieg, das schreckverzernte Gesicht der neunjährigen Kim Phúc, ist eines der berühmtesten Bilder des 20. Jahrhunderts. Anders als oft behauptet, zeigt das Foto keinen Angriff der US-Luftwaffe auf ein von Nordvietnamesen erobertes Dorf. Es war ein südvietnamesisches Flugzeug, das am 8. Juni 1972 seine tödliche Fracht abwarf - und dabei versehentlich die eigenen Leute traf. Doch weil sich in diesem Foto so viel vom Grauen des Krieges zeigt, wurde es ganz allgemein zum Sinnbild des blutigen Gemetzels zwischen den Südvietnamesen, den USA und dem Vietcong. Jahrelang zog der US-Amerikaner John Plummer, ein Ex-Soldat, mit der Geschichte um die Welt, er trage die Schuld an Kim Phúcs Verbrennungen. Schließlich habe er den Napalm-Einsatz befohlen. Vor Fernsehkameras verzieh ihm 1996 die nun schon erwachsene Kim Phúc. Die Sache hat nur einen Haken: Plummer, der später alkoholabhängig wurde, hat zwar in Vietnam gekämpft, aber nachweislich nicht in diesem Dorf. Er wurde nicht nur ein Opfer des Krieges, sondern auch der Kriegsphotografie.

04 Inder statt Kinder

Im Februar 2016, als täglich Hunderte Asylsuchende die deutsche Grenze überquerten, twiterte die frühere Präsidentin des Bundes der Vertriebenen dieses Foto. Laut eigener Aussage erhielt Erika Steinbach das Bild von einem „besorgten Vater“ per Mail. Steinbach hätte zumindest auffallen müssen, dass das Bild dreist bearbeitet wurde: Zwei Gesichter im Hintergrund wurden hineingeschnitten. Das Foto kursierte schon seit rund vier Jahren in Europa, je nach Land überschrieben mit „Polen 2020“, „Norwegen 2030“ oder „Rumänien 2030“. Der NDR machte sich auf die Suche nach dem Fotografen - und fand die Familie des kleinen blonden Kindes in Australien. Aufgenommen wurde das Bild demnach in einem Kinderheim auf einer Indienreise im September 2011. Als die Eltern von dem Missbrauch des Bildes hörten, sagten sie: „Dass ein so schönes, vorurteilsfreies Aufeinandertreffen von Kindern in solcher Weise verdreht wird, zeigt, wie arm Rassismus ist.“

05 Der tote Soldat

Robert Capa gilt vielen als der beste Kriegsphotograf der Geschichte, der „Fallende Soldat“ als sein bestes Werk. Über die Jahrzehnte zierte es als Poster die Zimmer überzeugter Pazifisten. Laut Capa zeigt es den Moment, in dem ein Soldat im Spanischen Bürgerkrieg am 5. September

1936 tödlich getroffen wird. Rund 40 Jahre später kamen Zweifel an dieser Geschichte auf. Sie blieben bis heute. Hat Capa das Foto wirklich aus der Deckung heraus geschossen, ohne durch den Sucher zu gucken? Einige Experten vertreten die folgende These: Capa habe ein paar Milizionäre darum gebeten, vor der Kamera Kriegsszenen nachzustellen. Ein feindlicher Kämpfer hat das aus der Ferne bemerkt, angelegt - und geschossen. Aus der inszenierten Schlacht wurde so blutiger Ernst. Es ist eine makabere Theorie, denn Capa wäre damit indirekt für den Tod eines Menschen verantwortlich. Auch wenn inzwischen mehr als 80 Jahre seit der Aufnahme von Capa vergangen sind: Das Rätsel des „Fallenden Soldaten“ ist immer noch ungelöst.

06 Verflucht und ausgeschnitten

Damatio memoriae, „Verdammung der Erinnerung“, heißt die Technik der alten Römer, Menschen aus dem kollektiven Gedächtnis zu tilgen. So mancher Kaiser ließ erst seinen Vorgänger ermorden, dann wurden Reliefs ausgemeißelt, Köpfe von Triumphbögen entfernt und im Boden vergraben. Niemand sollte sich der Konkurrenten erinnern. In Stalins Sowjetunion, als Millionen verfolgt, verbannt, gefoltert, erschossen wurden, manipulierte man auch Fotos. Das Bild von Lenins Brandrede vor Soldaten ist dafür das berühmteste Beispiel. Im Original von 1920 lauscht rechts auf den Stufen Leo Trotzki, der die Rote Armee aufgebaut hat. Unter Stalin fiel er in Ungnade, floh ins Exil. In späteren Fassungen wurde er deshalb entfernt.



Erlöse uns

Überall auf der Welt glauben die Menschen an bestimmte politische Ideen. Weil sie arm sind, sich abgehängt fühlen, hassen oder sich eine bessere Zukunft wünschen. Ein Gespräch mit dem Historiker Rainer Gries* über unsere Schwächen – und darüber, wie wir stark bleiben, um Propaganda zu widerstehen

Interview: Oliver Gehrs



Inter Nr. 63, Thema: Propaganda

Zusammen ist man weniger allein: Massenaufmärsche wie hier in China gehören zum festen Repertoire vieler Staaten mit autoritärem Charakter

fluter: Herr Gries, was macht die Menschen für Propaganda empfänglich?

Rainer Gries: Wir wollen umworben werden. Der Mensch wünscht sich persuasive Kommunikation. Der Begriff stammt vom lateinischen Wort für „überreden“ ab. Der Wunsch, umschmeichelt zu werden, ist Teil unserer Psyche. Zudem sind wir anfällig für Botschaften, die uns Vereinfachungen liefern, Welterklärung.

Ist man immer nur Opfer von Propaganda, oder trägt man selbst dazu bei?

Zum System gehört, dass mehrere Akteure im Spiel sind. Der Absender und die Adressaten sind beide Akteure. Wenn wir heute über Populisten sprechen, sind wir geneigt, nur auf die Produzenten einfacher Botschaften zu schauen, und vergessen das Publikum, das Volk, lateinisch eben *populus*. Das muss mitspielen.

Aber es empfängt doch nur.

Oft wird unterteilt in den aktiven Führer und die passiv Geführten oder Verführten. Das ist eine verkürzte Sichtweise, die in der Nachkriegszeit auch der Entlastung diente. Man schob alles auf den Führer und nahm sich selbst als Akteur aus der Schusslinie. So musste man seinen eigenen Anteil an den Verbrechen nicht hinterfragen. Aber bei Propaganda gilt: Es kommt darauf an, dass wir mitmachen. Wenn wir es nicht tun, ist sie machtlos.

Im 19. Jahrhundert wurde der Begriff der „Propaganda der Tat“ geprägt. Es geht also nicht nur ums Reden.

Vor allem die radikale Tat gehört zur Propaganda. Aktionen, die aufhorchen lassen, bringen Achtung. Hitler hat gesagt, dass Gewalt und Grausamkeit imponieren. Und das gilt selbst für die Angegriffenen. Zu Beginn des Nationalsozialismus haben sich nach Saalschlachten, bei denen sich politische Gegner mit den Nazis prügeln, besonders viele dieser Verprügelten bei der SA gemeldet.

Heute gehört es in manchen Ländern immer noch zum Mittel der Politik, Andersdenkende zu verprügeln oder ins Gefängnis zu stecken. Ist das nicht ein Zeichen, dass die Propaganda versagt hat?

Beides gehört dazu. Der türkische Präsident Erdoğan etwa zählt die öffentliche Ausübung von Gewalt zu den politischen Mitteln. Er lässt Demonstrationen für die Pressefreiheit brutal auflösen und Journalisten verhaften. Es ist ein Zeichen an seine Anhänger. So wie wir es auch als Zeichen verstehen müssen, wenn Anhänger der Pegida auf ihren Demos Journalisten angreifen.

Imponiert das der lethargischen Masse?

Es gibt diesen Reflex, sich mit dem Aggressor zu identifizieren, um sich selbst stärker zu fühlen. Donald Trump hat im Wahlkampf gesagt, er könne durch New York laufen und jemanden auf offener Straße erschießen, ohne Wähler zu verlieren. Damit bringt er überspitzt eine historische Erfahrung auf den Punkt: Die Rede plus die Tat, das überzeugt.

US-Präsident Donald Trump setzt gern auf Aggressivität, und tatsächlich gehört es zum Rüstzeug gewiefter Propagandisten, Unerhörtes anzukündigen. Ob es eingelöst wird, ist gar nicht mal so wichtig

Welche Menschen sind dafür besonders empfänglich?

Menschen aus problematischen Umfeldern, die in ihrer persönlichen Situation herausgefordert sind. Für sie ist das ein Angebot, mit einer gefühlten Hoffnungslosigkeit umzugehen oder, wie im Falle von Pegida, mit gefühlten Abstiegsängsten. Jemand vermeintlich Starkem zuzujubeln erscheint so als Rückgewinnung eigener Macht und Stärke.

Postfaktisch, Fake News, alternative Fakten: Ist es bei Propaganda zunehmend egal, ob die Botschaften der Wahrheit entsprechen?

Bei der Abwägung, was wahr und was effizient ist, entscheidet sich die Propaganda immer für die Effizienz. Das ist auch der Unterschied zur Werbung. Die darf von der Wahrheit nicht zu weit entfernt sein, sonst kaufen die Konsumenten ein Produkt nur einmal. Dagegen muss sich die politische Werbung um die Wahrheit ihrer Botschaft nicht so sehr kümmern, weil das Einlösen der Versprechen in weiter Zukunft liegen kann oder womöglich gar nicht stattfindet. Und dennoch bleiben die Menschen bei der Stange.

Wenden sich die Menschen nicht von Politikern ab, die ihre Versprechen brechen?

Nicht unbedingt. Man kann das mit der Enttäuschung beim Kauf eines mangelhaften Produkts vergleichen. Wenn Sie ein Auto gekauft haben, das schon nach kurzer Zeit Macken hat, werden Sie Ihren Freunden trotzdem erzählen, dass der Wagen gar nicht so schlecht ist. Niemand will, dass seine Entscheidung durch eine Enttäuschung im Nachhinein delegitimiert wird. Wenn Sie sich eingestehen, falsch entschieden zu haben, geht der erlösende Moment der Aktion verloren.

In den sozialen Medien werden ohne Unterlass Botschaften versendet, die Abstiegsängste oder Fremdenhass befeuern. Ist das Internet das Propagandamedium der Stunde?

Es ist tatsächlich ein Problem, wenn die öffentliche Diskussion über das, was wahr ist oder erwünscht, zunehmend in den Echokammern, den *filter bubbles* der sozialen Medien stattfindet und man nicht mehr mit Andersdenkenden in Kontakt kommt. Dennoch muss man berücksichtigen, dass zur „klassischen“ Propaganda auch Elemente von Macht und Gewalt gehören. Da bin ich trotz der verbalen Gewalt nicht so pessimistisch.

Wie wichtig sind für erfolgreiche Propaganda Feinde?

Es braucht nicht unbedingt Feinde, aber üble Bilder von den Anderen. Sie dienen der Überhöhung des Eigenen und der Denunziation des Gegners. Man zieht harte, radikale und unüberwindliche Grenzen gegenüber den Anderen. Sie werden mit negativen Attributen versehen, verunglimpft und dämonisiert – bis hin zum Imperativ, dass sie vernichtet werden dürfen.

Hilft gegen Propaganda Bildung?

Absolut, denn dadurch kann man die Botschaften besser einordnen. Ich kann mich fragen, warum die ein oder andere Aussage gemacht wird, wie wahr sie ist, ob es nicht doch Alternativen gibt. Das muss ich aber jedes Mal wieder machen, es gibt keinen Schutzschild, der automatisch wirkt. Gegen Propaganda ist niemand gefeit. Ob Reklame oder politische Botschaften: Die um uns werbende Kommunikation ist allgegenwärtig.



Immer feste druff: Trumpanhänger attackieren einen jungen Mann, der gegen den US-Präsidenten demonstriert hat

Und oft vermittelt sie den Eindruck, man hätte keine Wahl. Das Absolute ist ein Popanz der Propaganda. Sie lebt davon, eine Alternativlosigkeit vorzugaukeln. Deswegen ist es immer gut, wenn in der politischen Kommunikation Wege offen bleiben, man nicht das Miteinander abbricht und Mittelwege sucht. Papst Franziskus hat gerade zum Thema Trump gesagt, dass es immer irgendwo Türen gibt, die nicht geschlossen sind. Das ist die absolute Nichtpropaganda.

Wie kann man noch Gegenwehr organisieren?

Indem man sich klarmacht, wie das System funktioniert. Sich also vor Augen hält, was wir bis hierhin gesagt haben, und daraus Schlüsse zieht, wie man mit den Angeboten, die täglich auf uns einprasseln, verantwortungsvoll umgeht. Wir können uns all diesen Botschaften nicht entziehen. Erdoğan nicht, Trump nicht, Putin schon gar nicht. Aber ob wir Inhalte der Propaganda annehmen oder nicht, hängt letztlich von uns selbst ab. Wir sind keine Objekte, sondern Subjekte.

Aber doch nur, wenn man genügend Selbstbewusstsein hat und Bildung. Was ist mit den anderen?

Die müssen auch durch politische Maßnahmen geschützt werden. Für die Menschen mit Abstiegsängsten, persönlichen Nöten oder Traumata, vor allem für junge Menschen, muss die Politik Sorge tragen. Es gilt, Geld in Bildungs- und Beschäftigungsangebote zu stecken und vor allem in die Jugend zu investieren. Damit entzieht man einfachen Botschaften und ihren Propagandisten den Nährboden. ←

*Rainer Gries forscht zu „überredenden“ Kommunikationen im 20. Jahrhundert. Er hat Bücher über sozialistische Helden und zur Geschichte der politischen Massenbeeinflussung im 20. Jahrhundert geschrieben beziehungsweise herausgegeben.



„We the People“ - so beginnt die Präambel der US-amerikanischen Verfassung. Und nicht ohne Grund hat der Künstler Shepard Fairey diese drei Worte zum Titel einer Plakatserie gemacht. Er will ein Signal setzen: für ein liberales, weltoffenes Amerika mit ethnischer Vielfalt und gegen einen Präsidenten, der für Rassismus und Protektionismus steht. Deshalb veröffentlichte eine amerikanische Nonprofit-Organisation die Plakatserie am Tag der Amtseinführung Donald Trumps, am 20. Januar 2017. Eins davon war das hier abgebildete. Fairey stellt hier eine junge, unbekannte Muslimin als Teil der USA dar. Vor neun Jahren hatte Fairey bereits ein Plakat im ähnlichen Stil entworfen, allerdings mit keinem ganz unbekanntem: Das Wahlkampfplakat mit dem Schriftzug Hope zeigte den späteren US-Präsidenten Barack Obama.

Quelle: Internete

Wenn kein Reporter vor Ort ist, zeigen Medien oft Videos und Fotos, die aus den sozialen Netzwerken stammen. Michael Wegeners Job: zwischen Fakes und irreführenden Bildern die authentischen Aufnahmen zu finden – damit die anderen bloß nicht in der „Tagesschau“ landen. Hier erzählt er, wie er ihn erledigt

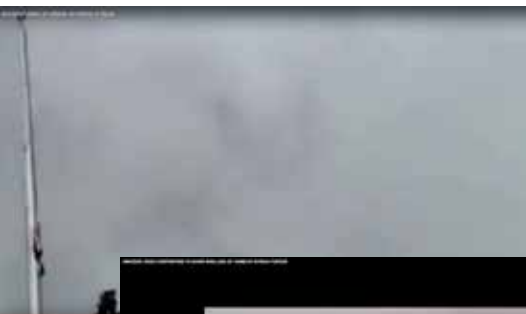


→ Natürlich sind wir schon mal auf Fakes reingefallen. Wir überprüfen seit 2011 systematisch Material

aus den sozialen Medien, und wir haben seitdem Tausende Fotos und Videos verifiziert. Manchmal beurteilt man trotzdem etwas falsch. Nach einem Hubschrauberabsturz 2014 in der Ukraine haben wir das Video eines Hubschraubers weiterverbreitet, der zwar auch abgeschossen wurde – allerdings schon ein Jahr früher in Syrien. Nach dieser Verwechslung haben wir uns gefragt: Wie können wir noch besser ermitteln, ob etwas wirklich das zeigt, was es zu zeigen scheint?

Es kursieren schon eine Menge Fakes in den sozialen Medien. Vor allem in „Breaking News“-Situationen, wie wir sie oft erlebt haben in den vergangenen Jahren: die Terroranschläge in Paris, Brüssel und Berlin, aber auch der Absturz der Germanwings-Maschine in Frankreich. In solchen Situationen müssen wir schnell klären: Ist dieses Bild, ist dieses Video authentisch? Können wir es in den Nachrichten zeigen?

Aussortieren geht manchmal auch schnell. Wir benutzen hier die sogenannte Rückwärts-Bildersuche: Wir gleichen ein Bild mit den Ergebnissen einer Suche im Internet oder Archiven ab. Oft finden wir damit heraus, dass ein Bild aus einem anderen Kontext stammt. Auch nach dem Anschlag von Brüssel haben wir so ein erst mal echt wirkendes Foto aussortiert. Zu sehen war eine Explosion in einer Flughafenhalle. Das Bild wirkte nicht nachträglich bearbeitet, es kam aus einer französischsprachigen Quelle, und wir haben uns andere Aufnahmen vom Brüsseler Flughafen angeguckt: Nach allem, was man auf dem Bild erkennen konnte, hätte es durchaus dort sein können. Die Rückwärts-Bildersuche hat aber offenbart, dass das





Die Flut der Bilder:
Wenn es um Filme aus Kriegs-
gebieten geht, zu denen
Reporter nur schwer Zugang
haben, ist die Tagesschau oft
auf Material aus den sozialen
Medien angewiesen



Foto fünf Jahre alt und
tatsächlich eine Explo-
sion am Flughafen von Moskau zu sehen war.

geholt. Und wir haben so unsere Tricks:
zum Beispiel das Vorschauenfenster klein
machen, um Gewalttaten nicht gleich im
Großformat zu sehen.

Verifikation ist ein Indizienprozess. Erst
mal stellen wir uns die klassischen journalisti-
schen W-Fragen: Was ist zu sehen, wer handelt da, wann und
wo passiert das? Die Fragen zu beantworten geht umso besser,
je mehr Erfahrung man hat. Ich habe inzwischen so viel Mate-
rial aus dem Syrienkrieg gesichtet, man könnte mich nachts
aufwecken und mir ein Bild vorlegen, das angeblich aus Homs
stammen soll, und ich würde sofort sagen können, ob da wirk-
lich die typische Hügelkette zu sehen ist.

Der zweite Punkt ist die Quelle. Wir versuchen, einen
direkten Kontakt zur Originalquelle herzustellen, und fragen
uns, wie vertrauenswürdig sie ist: Kennen wir den Verbreiter?
Seit wann gibt es den Account? Was für Follower hat die Quel-
le, und wie wird in den sozialen Netzwerken über ihr Material
diskutiert? Dann brauchen wir Experten: jemanden, der die
Sprache des Landes spricht, aus dem ein Video stammen soll.
Oder einen Militärexperten, der jeden Panzer kennt und ihn
einer Konfliktpartei zuordnen kann. Dann schauen wir noch
auf die technischen Metadaten der Bilder: Man kann auslesen,
wann und mit welchem Smartphone ein Foto gemacht wurde.
Es gibt auch Indizien, die auf Manipulationen an einem Bild
hinweisen.

Das alles kann Stunden dauern. Sich so lange Aufnah-
men von Terror und Krieg anzuschauen ist belastend. Wir ha-
ben uns deshalb von Anfang an Hilfe von einer Psychologin

Trotz aller Fakes – das Material aus
den sozialen Medien können wir nicht ignorieren. Gerade der
Syrienkrieg zeigt das. Wir haben mit der Verifikation angefan-
gen, als keine Korrespondenten ins Land reinkamen. Die Bilder
aus den Netzwerken waren unsere Möglichkeit, eine andere
Sichtweise auf den Konflikt zu zeigen als die des Regimes: Sonst
gab es nur die Bilder des syrischen Staatsfernsehens. ←

Protokoll: Juliane Frisse

Michael Wegener leitet das Content Center
von ARD-aktuell. Die Redaktion verifiziert
Bilder und Videos für die „Tagesschau“,
die „Tagesthemen“ und Tagesschau 24.



Propaganda

Wir doch

Angeblich soll der Auslandssender RT (ehemals Russia Today) Vorurteile gegen Russland abbauen – in Deutschland ist man aber auch damit beschäftigt, Vorurteile gegen die EU, Flüchtlinge und andere Medien zu schüren.
Ein Redaktionsbesuch

Von Nik Afanasjew

nda?

→ Der Krieg in Syrien hat schon sehr viel Leid und deshalb viele Schauergeschichten hervorgebracht. Etwa jene über massenhafte Hinrichtungen im Militärgefängnis Sednaya nahe der Hauptstadt Damaskus. Dort bringe das Regime von Baschar al-Assad systematisch und ohne rechtsstaatliche Verfahren Menschen um, berichtete im Februar 2017 die Menschenrechtsorganisation „Amnesty International“ (AI) und stützte sich auf umfangreiche Zeugenaussagen. Zahlreiche Medien griffen den Bericht von AI auf, beispielsweise das ZDF. In einem Beitrag der Nachrichtensendung „heute“ hieß es neben vielen weiteren Einzelheiten, die Morde würden laut AI meistens nachts passieren.

Auch der russische Auslandssender RT Deutsch beschäftigte sich mit dem Fall Sednaya – und vor allem mit der Berichterstattung deutscher Medien über ihn. In der Sendung „451 Grad“ („451°“) führte Moderator Reza Abadi aus: „Also, das verstehe ich jetzt nicht. Assads Schergen, wie seine Gefolgsleute ja gern genannt werden, schmeißen gemäß zahlreicher Medienberichte Streubomben und Giftgas bei hellichtem Tag auf die eigene Bevölkerung. Aber ausgerechnet in einem Militärgefängnis, das wie ein Bunker aufgebaut ist, achten sie darauf, dass es nachts und in aller Heimlichkeit passiert?“

Abadi bezichtigte in dem Beitrag weiterhin durchaus alle Seiten der Brutalität, also auch Assad. Er kritisierte aber schlussendlich „die absolut einseitige Berichterstattung“, die nur den Präsi-

Wladimir Putin und wie er die Welt sieht: Der russische Präsident will mit RT „das Monopol der angelsächsischen Massenmedien“ wie BBC oder CNN brechen, deren Berichterstattung er als zu russlandfeindlich empfindet

denten und seine Verbündeten dämonisieren würde. Assads wichtigster Verbündeter ist Russland. Und die wichtigste Waffe von RT Deutsch ist der Zweifel.

Zunächst einmal der Zweifel daran, dass deutsche Medien wahrhaftig und neutral berichten – und damit auch Zweifel an der Berechtigung jener moralisch erhabenen Position, die der Westen oft gegenüber autokratischen und demokratiefeindlichen Regierungen einnimmt.

Ein kleines Detail, wie in dem Fall Sednaya die unlogisch anmutende, vom ZDF genannte bevorzugte Tatzeit, wird benutzt, um die Glaubwürdigkeit des gesamten Berichts zu unterminieren. Und damit schlussendlich die gesamte Haltung des Westens im Syrienkrieg.

RT Deutsch sendet hierzulande auf der eigenen Website und auf YouTube – und ist der deutsche Ableger des russischen Auslandssenders RT. Bis 2009 funkte der noch unter dem Namen Russia Today. RT gehört zum Medienunternehmen „Russland heute“, das die Sicht der russischen Regierung auf das Weltgeschehen präsentiert. Außer auf Deutsch wird auch auf Arabisch, Spanisch, Französisch und vor allem auf Englisch ausgestrahlt. Im Informationskrieg kämpft RT damit für Russland an vorderster Front.

Angabe bis Jahresanfang 2017 vier Milliarden Aufrufe erreicht.

„451°“ ist ein Medienmagazin und seit Ende 2016 das wichtigste deutschsprachige Format von RT. Wenn Moderator Abadi nicht gerade ZDF-Beiträge auf vermeintlich unlogische Aussagen abstastet, lässt er sein Studio schon einmal dank Special Effects in einer „Polenböllerei“-Explosion hochgehen, moderiert mit leuchtenden Atomfässern im Hintergrund, lässt das Wort „Dauerkremsendung“ über seinem Kopf einblenden, quatscht lässig mit dem Kameramann oder kündigt Rubriken wie „Das Geschwätz von gestern“ an. Vorbei scheinen die Zeiten, als der 2014 gestartete deutsche Ableger von RT bierernst und zugleich wenig professionell agierte.

Für Abadi hat es diese Zeiten so auch nie gegeben. „Ich sehe es nicht als unsere Aufgabe, die Sicht der russischen Regierung wiederzugeben“, erklärt der 34-Jährige in der RT-Deutsch-Redaktion in Berlin-Adlershof. Abadi hat ein markantes Gesicht, einen modischen Bart, er trägt weiße Sneaker, schwarze Jeans – versucht sich inhaltlich aber eher an Zwischentönen. „Wir sind ein medienkritisches Magazin, das komplizierte Sachverhalte unterhaltsam wiedergibt“, erklärt er in energiegeladenem, leicht aufgekratztem Ton. „Wir sind eine Bereicherung für die demokratische Medienlandschaft.“

Über seinen Werdegang will Abadi ebenso wenig ausführlich reden wie über seine politischen Ansichten. Das diene zum einen dem Selbstschutz, und zum anderen möchte er nicht „in Schubladen gesteckt werden“. Im Gespräch mit ihm kommt aber heraus, dass er seine Karriere bei den

Öffentlich-Rechtlichen begonnen hat, einen familiären Hintergrund in Vorderasien hat – und dass er die neurechten Bewegungen und Parteien nicht besonders mag. Wie er das mit der grundsätzlichen Linie seines Senders verbindet, der schon mal ein knapp 40-minütiges Interview mit der AfD-Frontfrau Frauke Petry sendet, das ohne kritische Fragen auskommt? „Ich habe meine Ansichten und stehe nicht stellvertretend für den ganzen Sender“, erklärt Abadi.

Ganz anders klingt es schon, wenn Chefredakteurin Margarita Si-

nicht!

193 Millionen Euro – nach eigenen Angaben – russisches Steuergeld hat der Kreml 2015 in RT gesteckt. Es ist schwierig zu messen, welche Wirkung mit diesem hohen Aufwand erreicht wird. Die vom Sender selbst kolportierte Zahl, wonach RT weltweit 664 Millionen Menschen erreiche, gilt unter Experten als überhöht, sie beschreibt wohl eher die technisch maximal mögliche Reichweite. RT Deutsch jedenfalls hat bei YouTube über 100.000 Abonnenten. Alle internationalen YouTube-Kanäle von RT zusammen hatten nach deren

monjan über RT spricht. „Wenn Russland Krieg führt, ziehen wir mit in die Schlacht“, lautet eines ihrer bekannten Zitate. Als eine Art Erweckungserlebnis beschreibt die Chefredakteurin in Gesprächen und Interviews den Krieg zwischen Russland und Georgien 2008. Damals hätten die meisten westlichen Medien Russland als den Aggressor hingestellt, obwohl Georgien zuerst geschossen habe. Dies sei zwar später auch von einer Kommission der EU bestätigt worden, aber da wäre es schon zu spät gewesen, erklärt Simonjan. Das stimmt zwar, aber derselbe EU-Bericht wirft Russland grobe Provokationen vor. Wie so oft bei RT wird ein Ausschnitt der Wahrheit präsentiert, der die eigene Position stützen soll. Und das, wo man doch gern anderen Medien vorwirft, stets das Wichtigste wegzulassen.

Bei einem Besuch in der Redaktion von RT Deutsch wähnt man sich in einem Berliner Start-up, wo eine internationale Hipster-Schar lässig auf hochwertigen Tastaturen herumtippt. Am Empfang liegt als einzige Zeitung die sehr linke „Junge Welt“. Es klingt glaubhaft, wenn Online-Chef Florian Warweg erklärt, viele Mitarbeiter hätten ebenso wie er einen „linksliberalen Hintergrund“. Warweg – Brille, Locken, blaues Hemd – spricht leise und mit Bedacht, er wirkt auch nicht wie einer, der gedanklich zu faul ist, sich mit seinem Arbeitgeber auseinanderzusetzen. „Meine Freunde fragen schon mal: Was, du arbeitest für Russia Today?“

Den von außen so ins Auge fallenden Widerspruch zwischen den Zielen von RT und seinen eigenen Ansichten sieht Warweg als nicht so gravierend an. „Es gibt keine Ansagen aus Moskau und auch keine festgelegte Stoßrichtung. Was es gibt, ist ein gewisser kritischer Mindset.“ Angesprochen auf das Interview mit Frauke Petry, das auch in Analysen als Beweis für die RT-Agenda herhält, sagt Warweg: „Ich hätte mir in dem Fall auch kritischere Fragen gewünscht.“ Seinen Arbeitgeber sieht er falsch beurteilt, selbst im sogenannten

Oder?

KRIEG UM INFORMATIONEN

Nicht nur in Deutschland, auch in anderen Ländern mit russischen oder russischstämmigen Minderheiten, versucht Russland mit Medien Einfluss zu nehmen. In den baltischen Staaten sorgt man sich, dass die Propaganda des Kreml die dortigen russisch (-sprachigen) Bevölkerungsteile gegen die Regierungen aufbringen könnte. Auch im Osten der Ukraine, wo russische Truppen und von Russland unterstützte Milizen – ähnlich wie zuvor auf der Krim – für eine Abspaltung eines Landesteils kämpfen, wird die Bevölkerung durch das russische Staatsfernsehen sehr einseitig informiert. Die westlichen Sicherheitsdienste sorgen sich wiederum vor russischen Hackerangriffen gegen Parteien und Politiker. Das prominenteste Opfer war womöglich die im US-Präsidentenwahlkampf unterlegene Hillary Clinton, aus deren Parteispitze interne E-Mails an die Öffentlichkeit gelangten. Auch der neue französische Präsident Emmanuel Macron soll ausspioniert worden sein. „Paw Storm“, auch bekannt als „Cozy Bear“, „Fancy Bear“ oder „APT 28“ sowie „APT 29“ – die Angreifer tragen viele Namen, doch stets sollen dahinter Hacker stecken, die im Auftrag der russischen Regierung handeln. Auch BND-Chef Bruno Kahl warnt immer wieder vor Datendieben aus Russland.

Fall Lisa. Das deutsch-russische 13-jährige Mädchen aus Berlin-Marzahn wurde im Januar 2016 zum Politikum, als es nach einem kurzzeitigen Verschwinden zu Protokoll gab, „Südländer“ hätten es entführt und vergewaltigt. Viele Russlanddeutsche gingen danach auf die Straße und demonstrierten gegen angeblich kriminelle Flüchtlinge und Migranten aus muslimischen Ländern. Dabei wurde die explosive Stimmung vom russischen Staatsfernsehen angefacht. Schließlich stellte sich heraus, dass sich das Mädchen die Vorwürfe ausgedacht hatte, doch da war es schon zu diplomatischen Spannungen zwischen Berlin und Moskau gekommen. Der russische Außenminister Sergej Lawrow hatte den deutschen Behörden sogar Vertuschung vorgeworfen.

„Wir haben uns gerade einmal in drei Artikeln mit dem Fall beschäftigt und sind überhaupt erst spät in die Berichterstattung eingestiegen“, erklärt dazu RT-Online-Chef Warweg. Der Vorwurf, RT habe das Thema in die Welt gesetzt und wochenlang hochgehalten, halte folglich „keinem ernsthaften Faktencheck stand.“

Wer den Wahrheitsgehalt solcher Aussagen überprüft, wird feststellen, dass sie stimmen. Allerdings ist eine Stoßrichtung auf der Website sowie in den Sendungen doch unverkennbar. Die von der russischen Regierung verbreitete Erzählung eines von Flüchtlingen und moralischem Zerfall bedrohten Europas wird dort auch von RT Deutsch genährt.

Wie sich die Zukunft des Kreml-Sprachrohrs entwickelt, wird in Moskau entschieden, allein schon, weil die Regierung das Budget für den Sender beschließt. Die Büros in Adlershof jedenfalls nehmen bislang nur einen kleinen Teil des lagerhallenartigen Gebäudes ein, in dem RT Deutsch untergebracht ist. „Das wurde gekauft, als es große Expansionspläne gab“, erklärt Florian Warweg beim Rundgang durch den weitläufigen Komplex. Was mit diesen Plänen ist, weiß er auch nicht. Der Platz für mehr Informationskrieger ist jedenfalls schon einmal vorhanden. ←

Druck erzeugt Gegendruck

WEGEN D. WAHLBETRUG WIRD AM 7.7. AUF D.

ALEX SCHWEIGE DEMONSTRIERT

SOLIDARISIERE DICH

RUF AM 7. VON 7-19

IMMITS ANSCHL

550999

BStU 000014 FIND ICH FOL

ISPA

→ Hoch lebe der Sozialismus, hoch lebe die Partei: Die Medien in der DDR waren gleichgeschaltet. Fernsehen und Zeitungen sangen Loblieder auf die Regierung, verteufelten den Westen und schwiegen von den Problemen im eigenen Land. Oppositionelle Zeitungen waren verboten. So entstand eine Protestbewegung, die heimlich Gedrucktes unter die Leute brachte - den sogenannten Samisdat. Der Ausdruck kommt aus dem Russischen und bezeichnet "selbst Herausgegebenes" bzw. "Selbstverlag". Weil der Zugang zu Druckmaschinen und Papier staatlich kontrolliert wurde, war das Anfertigen von regierungskritischen Schriften mühsam und gefährlich. Anfangs wurden Aufrufe, Liedtexte oder auch kritische Bücher einfach mehrmals abgeschrieben und heimlich verteilt. Wer hart auf die Tasten einer Schreibmaschine hauen konnte, schaffte bis zu neun Durchschläge. Später wurden sogenannte Matrizen hergestellt - die Apparate dafür aus dem Westen eingeschmuggelt. So entstanden über die Jahre verschiedene Flugblätter, Zeitungen und Zeitschriften, die u.a. über inhaftierte Oppositionelle oder die Fälschung der Wahlen berichteten, die Meinungsfreiheit forderten und das unmenschliche Regime anprangerten. Druck erzeugt eben Gegendruck.←

www.jugendopposition.de

Guter

Die US-amerikanische Regierung war noch nie zimperlich, wenn es darum ging, die öffentliche Meinung zu beeinflussen. In zahlreichen Kriegen und Konflikten schärfte man immer wieder die Instrumente von Zensur und Desinformation

Von Oliver Gehrs

Es gibt zahlreiche Hollywoodfilme, die das Bild des tapferen US-amerikanischen Soldaten mitgeprägt haben. Manche zeigen aber auch die unmenschlichen Auswirkungen der Kriege. In „Rambo“ spielte Sylvester Stallone einen traumatisierten Vietnamkriegsveteranen

Kampf

→ Mitten in ihrer Aussage brach die 15-jährige Nayirah in Tränen aus. Zu schrecklich war die Geschichte, die die kuwaitische Hilfskrankenschwester im Oktober 1990 vor einem Menschenrechtskomitee des US-Kongresses erzählte. Irakische Soldaten, so Nayirah, hätten ein Krankenhaus in Kuwait gestürmt, frühgeborene Babys aus ihren Brutkästen gerissen und sie auf dem kalten Fußboden sterben lassen.

Zwei Monate zuvor waren irakische Truppen im Nachbarland Kuwait einmarschiert. In der Folge gab es mehrere Resolutionen der Vereinten Nationen, die diese Aggression verurteilten, im Januar 1991 traten schließlich die USA und mehrere Verbündete in den Krieg ein. Zuvor war die US-Regierung bemüht, den irakischen Diktator Saddam Hussein als besonders niederträchtig zu brandmarken. Zu diesem Zweck erwähnte der damalige US-Präsident George Bush auch immer wieder die Geschichte von den ermordeten Frühchen. Das Problem war nur: Diese Gruselstory war komplett ausgedacht – von der PR-Agentur Hill & Knowlton, die von Exil-Kuwaitern zehn Millionen Dollar für die Unterstützung im Kampf gegen Irak erhalten haben soll. Erst nach dem Krieg stellte sich heraus, dass Nayirah die Tochter des kuwaitischen Botschafters in den USA war und niemals in einem Krankenhaus gearbeitet hatte.

Der Irak musste sich schließlich aus Kuwait zurückziehen, Diktator Saddam Hussein aber blieb an der Macht und lieferte den USA 2003 erneut Gründe zum Einmarsch. Die Regierung von George W. Bush, dem Sohn von George Bush, bezichtigte Saddam, Kontakte zum Terrornetzwerk al-Qaida zu haben. Im Vorfeld dieses weiteren Krieges behaupteten die USA, dass der Irak über transportable Bio-Waffenlabore und ein geheimes Atomprogramm verfüge. Als Beweis dafür präsentierte der damalige Außenminister Colin Powell am 5. Februar 2003 im UN-Sicherheitsrat Satellitenfotos und Tonbandmitschnitte. Sechs Wochen später begann der Krieg, den George W. Bush bereits am 1. Mai 2003 wieder für beendet erklärte, wobei die Kämpfe jahrelang weitergingen und bis heute kein echter Frieden herrscht.

Ein US-amerikanischer Untersuchungsausschuss kam später zu der Erkenntnis, dass die angeführten Gründe für den Waffengang weitgehend haltlos gewesen seien und es keine Massenvernichtungswaffen gegeben habe. „Die Wahrheit ist das erste Opfer des Krieges“, hatte der kalifornische Senator Hiram Johnson bereits am Anfang des 20. Jahrhunderts treffend erkannt.

Zur Zeit der Irakkriege hatte die US-Regierung bereits jahrzehntelang Erfahrung mit der Lenkung der freien Presse gemacht. Der Kalte Krieg, bei dem die USA und die Sowjetunion um die globale Vorherrschaft rangen, war nicht nur eine Zeit irrwitziger Aufrüstung, er war auch eine Hochphase ideologischer Kämpfe: Hier die bösen Kommunisten, dort der freie Westen – so lautete verkürzt gesagt die Botschaft der US-Propaganda, bei deren Verbreitung im Laufe der

Jahrzehnte zunehmend die Medien störten. Waren die Journalisten im Ersten und Zweiten Weltkrieg noch als treue Verbreiter von Geschichten über tapfere Helden in Erscheinung getreten, entwickelte sich die Presse seit den 1950er-Jahren zunehmend zu einer kritischen Instanz. Durch unerschrockene Fotoreporter und die rasche Verbreitung des Fernsehens gelangte plötzlich die furchtbare Realität des Krieges direkt in die Wohnzimmer. So führten die Berichte über niedergebrannte Dörfer und Erschießungen auf offener Straße im Vietnamkrieg zu einer Umschwung in der öffentlichen Meinung und zum Anwachsen der Friedensbewegung. Die Behauptung vom gerechten Kampf für eine freie (vor allem kommunistisfreie) Welt war nicht mehr haltbar.

Die Erfahrungen aus dem Vietnamkrieg führten später dazu, dass die US-Regierung in weiteren Konflikten penibel darauf achtete, was die Journalisten zu sehen bekamen und was nicht. Als besonders krasses Beispiel für Zensur gilt der Einmarsch der US-Army im karibischen Inselstaat Grenada, dessen enge Kontakte zum kommunistischen Kuba den USA missfielen. In den ersten Tagen der Invasion im Herbst 1983 wurde Journalisten der Zugang zur Insel strikt verweigert, anschließend gab es die sogenannte Pool-Regelung, für die die US-Regierung ein-

Zivilisten, die den Kriegen zum Opfer fielen, hießen plötzlich „Kollateralschaden“

zelne Pressevertreter auswählte. Nach der Rückkehr hatten sie ihr Material mit den anderen Kollegen zu teilen. Die Fotoagenturen waren sogar ausschließlich auf Militärmaterial angewiesen.

Die Pool-Regelung setzte sich in der Folge durch und kam auch im Krieg gegen den Irak 1991 zum Einsatz. In diesem Konflikt setzte die US-Regierung nicht nur auf Schauergeschichten von ermordeten Frühgeborenen, sondern auch auf die Wirkung von ausgewählten Bildern aus den Kampfgebieten, die in unblutiger Videospieleästhetik zeigten, wie treffsicher amerikanische Bomben militärische Ziele trafen. Diese sogenannten chirurgischen Einsätze in einem schnellen, sauberen Krieg entpuppten sich freilich größtenteils als Mär. So gab es weitaus mehr zivile Opfer, als der beschönigende Begriff „Kollateralschaden“ vermuten ließ.

Aufgrund der Proteste der Presse gegen die Restriktionen im Golfkrieg entschied die US-Regierung, ihre Pressestrategie im nächsten Irakkrieg zu ändern. An die Stelle der Pool-Regelung traten 2003 die „embedded reporters“ – die eingebetteten Reporter. Journalisten durften nun grundsätzlich Kriegsschauplätze besuchen, allerdings eng begleitet durch das Militär, das Orte und Interviewpartner sorgfältig aussuchte. Das diente zum einen durchaus der Sicherheit der Reporter, andererseits stellte das Pentagon (Sitz des US-amerikanischen Verteidigungsministeriums) sicher, dass vor allem die Version der US-Regierung in die Medien kam. Dass dies bis heute nicht immer gelingt, ist vor allem das Verdienst unabhängiger Reporter wie des „New York Times“-Journalisten Dexter Filkins, der als eingebetteter Reporter über den Tod einer irakischen Frau berichtete. Auf die Frage, warum er die Frau erschossen habe, antwortete ihm ein US-Soldat: „Das Herzchen stand einfach im Weg.“ Eine Aussage, die das Pentagon wohl sehr gern vermieden hätte. ←



Allah schickt keine
Freundschaftsanfragen.

Salafisten dafür umso
mehr. Wie der sogenannte
Islamische Staat
Jugendliche rekrutiert
und wie man es schafft,
sich selbst gegen
professionelle Propaganda
zu immunisieren

Von Sara Geisler



Fahnen schwenkende Abenteurer mit krassen Waffen und freundliche Koranverteiler: Die Vereinigung „Die wahre Religion“ alias „LIES! Stiftung“, die u.a. den Koran verteilte, wurde vom Bundesminister des Innern wegen der Verbreitung verfassungsfeindlicher Ideologien verboten

→ Eines Tages hatte Silvia plötzlich einen Nikab an. Der Schleier war pechschwarz und ließ nur ein paar Quadratzentimeter ihres Gesichts unverhüllt, einen kleinen Schlitz vom linken Auge bis zum rechten. Spätestens da war der ganzen Klasse klar: Irgendwas ist los mit diesem Mädchen.

Silvia war nicht die Einzige, die sich verändert hatte. Auch ihre Klassenkameradin Rebecca trug einen Nikab, sprach ständig vom Jenseits, den Mudschahedin – starken, männlichen Gotteskämpfern – und zuletzt auch immer öfter von der Hidschra, für sie die Reise in den Dschihad, den Heiligen Krieg gegen Ungläubige.

Die beiden 17-Jährigen verbrachten viel Zeit miteinander. Sie diskutierten über den Koran und schickten sich gegenseitig YouTube-Videos deutscher Prediger wie andere Teenies Links zu Schmink-Tutorials. Eines Tages blieb Rebeccas Platz in der Klasse leer. Sie war in den Krieg gereist und schrieb ihrer Freundin einige Zeit später: „Silvia, meine Schwester, wir sind gut angekommen. Komm bald nach.“

Auch wenn genaue Zahlen fehlen: In Deutschland gibt es viele junge Menschen, die sich für die islamistische Szene interessieren, sich wie Silvia aus Wiesbaden radikalisiert oder

wie Rebecca in Richtung Syrien oder Irak aufbrechen. Das Bundesamt für Verfassungsschutz zählte in den vergangenen vier Jahren 920 Personen, die Deutschland verlassen haben, um in den „Heiligen Krieg“ zu ziehen. Der Großteil wurde in der Bundesrepublik als Kind muslimischer Eltern geboren, ein Achtel konvertierte erst später. Darunter sind auch junge Frauen: Jeder fünfte Ausreisende ist weiblich, die Hälfte von ihnen jünger als 25.

Die radikalen Islamisten werben damit, dass sie im sogenannten Kalifat von IS-Anführer Abu Bakr al-Baghdadi endlich ihren Glauben uneingeschränkt ausleben können. Manche Jugendliche träumen auch davon, mit Maschinengewehren im Anschlag Abenteuer zu erleben. Andere davon, sich mit einem tapferen Muslim zu vermählen, viele kleine Kämpfer zu gebären und so am Aufbau des selbst ernannten Islamischen Staates mitzuhelfen, einem Ort ohne Kriminalität und Klassenunterschiede. Dass die Realität, die sie im „Islamischen Staat“ erwartet, rein gar nichts mit diesem verkündeten Bild gemein hat, bemerken viele erst, wenn es schon zu spät ist.

Auch Silvia sehnte sich immer mehr nach einem muslimischen Mann. Am besten einen dieser furchtlosen „Löwen“,

deren heroische Taten sie ständig online sah. Dass Silvias Vater ein halbes Jahr zuvor ganz plötzlich gestorben war, könnte auch etwas damit zu tun haben. Mit ihrer Mutter konnte Silvia über vieles nicht reden. Also schluckte sie ihren Schmerz hinunter und zog sich zurück – bis Rebecca kam. Sie tröstete Silvia und erzählte ihr vom Jenseits: „Das ist ein Ort, an dem du keinen Schmerz mehr fühlst, da gibt es kein Leid, keine Eifersucht, keinen Streit.“ In der salafistischen Szene nahm man Silvia warmherzig auf.

„Die Rekrutierer der Szene schauen sich die emotionalen Bedürfnisse der Jugendlichen genau an, und dann erfüllen sie eines nach dem anderen“, sagt Thomas Mücke. Der 1958 in Neukölln geborene Berliner gründete zusammen mit anderen Pädagogen das „Violence Prevention Network“. Anfängliches Ziel der NGO: beweisen, dass der Spruch „Einmal Nazi, immer Nazi“ nicht stimmt. Die Dienstleistung, die es dafür brauchte, heißt „Deradikalisierung“ und lässt sich, wie sich bald zeigte, auch auf andere Ideologien anwenden. Tatsächlich aber, so Mücke, spielen die Inhalte einer Ideologie bei der Rekrutierung von Jugendlichen gar keine so große Rolle: „Würde ein Punk oder irgendein Fanclub des Weges kommen und die Sorgen dieser Jugendlichen ernst nehmen, dann würden sie sich eben diesen anschließen.“

Laut den deutschen Sicherheitsbehörden haben soziale Kontakte und Verbindungen zur islamistischen Szene den größten Einfluss auf die Radikalisierung von Jugendlichen. Bedeutend sind zum Beispiel die Koran-Verteilaktion „Lies!“, vermeintliche Benefizveranstaltungen für die syrische Bevölkerung und Islamseminare. Besteht der Kontakt erst einmal, lässt die Szene so schnell nicht mehr von den Jugendlichen ab. Sie schickt regelmäßig Nachrichten, lädt zum gemeinsamen Essen oder Fußballspielen ein. Auch das Internet trägt zur Radikalisierung bei. Zwar ist die Anzahl der Ausreisenden, die sich einzig über das Netz radikalisiert haben, mit drei Prozent verschwindend gering. „Gerade in der Anfangsphase und zur Stabilisierung spielt das Internet aber eine große Rolle“, sagt Mücke.

Für die Kleinsten bringt die Terrororganisation bunte Apps heraus. Das mobile Spiel „Moalem Al-Huruf“ (dt. „Lehrer der Buchstaben“) bringt Kindern das Rechnen bei: Eine Machete plus eine Machete sind zwei Macheten. Die App „Huruf“ (dt. „Buchstaben“) vermittelt das arabische Alphabet: „G wie Gewehr“. Und bei „Dua“ (dt. „Bittgebete“) kann man ausländische Kampffjets vom Himmel bomben. So erlernt man Feindbilder ganz spielerisch.

Für die Älteren produziert der IS aufwendige Filme. Videos von Enthauptungen sorgen regelmäßig für Publicity und Schrecken, andere zeichnen von den Kämpfern ein fast sinnliches Bild: in goldenes Licht getaucht und mit Sturmgewehr auf dem strammen Rücken. Manche – unter anderem auf Twitter gepostete – Bilder suggerieren wiederum eine heile Welt: Da wird die inoffizielle Hauptstadt Raqqa schon mal zum Paradies auf Erden.

Auf Facebook laden Anwerber Jugendliche in geschlossene Gruppen ein. „In Deutschland ist kein Platz für euch“, verbreiten sie, wenn auch subtiler formuliert, im Chor; auf ihren Profilen „I love Allah“-Schriftzüge. Weil Facebook und Twitter derzeit verstärkt gegen IS-Propaganda vorgehen, bauen die Dschihadisten, so Europol Anfang Mai, nun sogar ein eigenes Social-Media-Netzwerk auf.

Auch abseits der großen Plattformen ist der IS aktiv: Es gibt Blogs, auf denen Mädchen über das gute Essen im Dschihad schwärmen und Rezepte für deutsch-syrische Spätzle und syrische Brownies veröffentlichen („Schmecken tut er am besten bei hohen Verlusten seitens der Russen. Einfach mal ausprobieren“); E-Books, die den IS als Sozialstaat darstellen, der nicht nur für die Strom- und Wasserrechnung aufkommt, sondern auch alle Arztkosten übernimmt; und schließlich Dschihad-Guides, die Schritt für Schritt geeignete Routen erläutern, detaillierte Tipps fürs Packen geben (Solarladegeräte!) und sogar SIM-Karten empfehlen (Turkcell mit einem Gigabyte Datenvolumen). Auf gar keinen Fall sollte man die Hidschra antreten, wenn die „Eltern das Handy konfisziert“ haben.

Und dann ist da noch eine Versprechung, die in der IS-Propaganda nur selten oder indirekt zu finden ist, aber viele Jugendliche anspricht: endlich nicht mehr zweifeln müssen, endlich alles richtig machen und auf alle Fragen des Lebens eine einfache Antwort bekommen.

Viele Jugendliche, die auf radikale Salafisten reinfallen, haben keine Ahnung vom Islam

„Die haben ihren Verstand in der Jackentasche anderer Menschen abgelegt“, sagt Thomas Mücke, „und wir müssen jetzt zusehen, dass sie ihn wieder zurück in ihren Kopf holen.“ Zurzeit betreuen Mücke und seine rund 80 Mitarbeiter, darunter Sozialarbeiter, Psychologen, Islamwissenschaftler und Seelsorger, etwa 300 Jugendliche. Manche haben erst seit Kurzem Kontakt zur salafistischen Szene, andere haben ihre Hidschra-Koffer längst gepackt. Wieder andere sitzen als Dschihad-Rückkehrer in Vollzugsanstalten. „Da müssen wir aufpassen, dass nicht ein Extremist reinkommt und mehrere wieder raus“, sagt Mücke.

Was Mücke und den anderen Betreuern bei ihrer Arbeit immer wieder auffällt: Die meisten Jugendlichen haben weder eine Ahnung vom Syrienkrieg noch von ihrer Religion. „Wir stellen immer wieder fest, dass sie religiöse Analphabeten sind“, sagt Mücke. Deshalb gibt es für viele erst einmal einen Crashkurs in Sachen Islam. „Wenn sie durch gemeinsames Studium erkennen, dass es nicht den *einen* Islam gibt und man Ausrichtungen historisch einordnen muss, können sie sich auch leichter von extremistischen Meinungen distanzieren.“

Dass Silvia, die eigentlich anders heißt, immer noch in Wiesbaden lebt und nicht in Raqqa, liegt zu einem großen Teil an ihrem Vertrauenslehrer. Als er bemerkte, dass sich die Schülerin immer mehr zurückzog, nahm er sie einfach mal beiseite und bot an, über ihre Trauer zu reden. Später vermittelte er Silvia an das Violence Prevention Network. Dass viele der Betreuer selbst Muslime sind, hilft in härteren Fällen enorm. Für die meisten Jugendlichen aber, so Mücke, zähle vor allem, dass jemand sie und ihre Fragen ernst nehme. Wäre ihnen das erst einmal klar, wäre das Schlimmste überstanden. In neun von zehn Fällen verabschieden sich die Jugendlichen wieder aus der Szene. ←



„Lang lebe der Vorsitzende Mao, die rötteste Sonne in unseren Herzen! Lang lebe der Vorsitzende Mao!“, heißt es auf diesem chinesischen Propagandaplatkat aus den 1960ern. Eine endlose Masse von Chinesen jubelt Staatschef Mao Tse-tung vor der aufgehenden Sonne zu, in den Händen die rote Mao-Bibel. Das Plakat fällt in die Zeit der chinesischen Kulturrevolution zwischen 1966 und 1976, bei der unglaubliche Menschenrechtsverletzungen begangen wurden. Millionen Menschen kamen ums Leben, wurden gefoltert, in Lager gesteckt und vertrieben. Dennoch wurde der „Große Vorsitzende“ überall als Held stilisiert, der das Volk in die neue glückliche Zukunft des kommunistischen Chinas führt. Die Plakate waren ein wichtiges Propagandamittel, das als Sprachrohr der kommunistischen Partei gegenüber der Bevölkerung diente. Damit erreichte man auch Menschen in ländlichen Regionen, die nicht lesen und schreiben konnten.

Ha! Hitler war auch Vegetarier!

Absurde Vergleiche, hemmungslose Übertreibung, Halbwahrheiten und Runtermache – unser Schaubild entlarvt die rhetorischen Tricks der Stimmungsmacher. Illustrationen: Frank Höhne

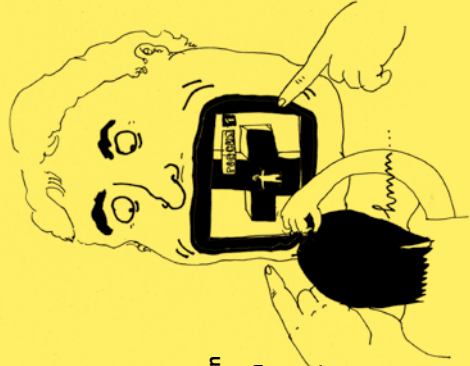
1



Besonders beliebt bei Politikern ist das Reden von der Alternativlosigkeit. Hierbei wird so getan, als gäbe es nur eine mögliche Lösung für ein Problem oder nur eine weitaus schlechtere. Was in den meisten Fällen Humbug ist, sich aber zwingend anhört.

4

Bei der „großen Lüge“ wird etwas völlig Absurdes behauptet, das eigentlich gar nicht wahr sein kann, aber weil es eben doch geäußert wird, fangen die Menschen an zu grübeln. Eben weil sie denken, dass man sich so etwas gar nicht ausdenken kann. 2014 meldete das russische Fernsehen, ukrainische Soldaten hätten in der umkämpften Ostukraine einen Dreijährigen gekreuzigt. Auch wenn das eine klassische Fake News war, zeigten sich viele Russen erschüttert.



7

2



Reductio ad Hitlerum – die Rückführung auf Hitler basiert auf der Annahme, dass etwas automatisch schlecht ist, wenn es mit Hitler oder den Nazis in Verbindung gebracht werden kann. Als Nichtraucher oder Vegetarier muss man also damit rechnen, mit Hitler in einen Topf geworfen und so moralisch diskreditiert zu werden.



3

Zum festen Inventar der Propagandisten gehört natürlich die Übertreibung: Immer ist alles ganz, ganz toll oder ganz, ganz schlimm. Grautöne gibt es nicht. Oft hört man auch Euphemismen, also Wörter, die schlimme Dinge beschönigen. Zum Beispiel nennt man in Kriegen zivile Opfer heutzutage schon mal „Kollateralschaden“.

6



Beim Whataboutism wird laut „Oxford Living Dictionary“ auf eine Beschuldigung mit einer Gegenbeschuldigung geantwortet oder ein völlig anderes Thema aufgegriffen. Als gutes Beispiel gilt der als Erwiderung auf Kritik am Kommunismus häufig geäußerte Satz: „Und in Amerika lynchen sie Schwarze“.

Immer ist irgendwas bedroht: das Leben, die Gesundheit, der Besitz. Gewiefte Demagogen versuchen, das Publikum durch den Appell an die Angst einzuschüchtern und dazu zu bewegen, ihren Heilsversprechen zu glauben: Die einfache Formel lautet: Wenn ihr nicht X macht, dann werdet ihr Y verlieren.



5

Für die Scheinkorrelation verbindet man zwei Beobachtungen, die keinen kausalen Zusammenhang haben müssen, sich aber durch zeitliche oder räumliche Nähe auszeichnen. Beispiel: Du hast Pickel, weil du viel Schokolade isst. Kann sein, muss es aber nicht.



9





Im 17. Jahrhundert sollen flüchtige englische Kriminelle stark riechende geräucherte Heringe ausgelegt haben, um Spürhunde von ihrer Spur abzulenken. Genauso machen es manche Redner, wenn sie Fragen nicht beantworten, sondern von ihrer Sprachlosigkeit mit einem völlig anderen Thema ablenken. Dieses Vorgehen nennt man auch Nebelkerze.

10 DOCH NISN



Viele Experten sagen, dass es Leben auf dem Mars gibt. Beim sogenannten Autoritätsargument wird gern auf vermeintlich schlauere Instanzen verwiesen, auch wenn diese Experten bei näherer Nachfrage vielleicht im Dunkel bleiben. Manchmal soll eine Behauptung auch durch den Verweis auf einen Prominenten verstärkt werden: Elvis Presley glaubte auch, dass es Leben auf dem Mars gibt. Na, dann ...

13

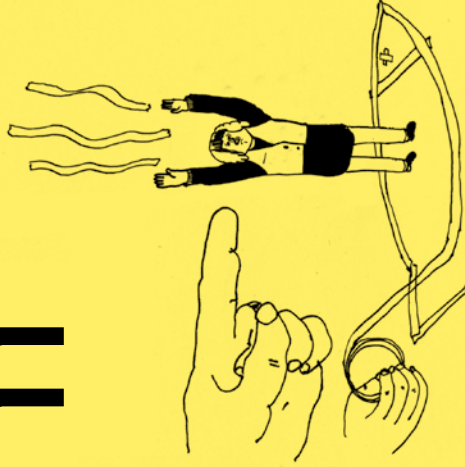


Das wird man ja wohl noch sagen dürfen: Mit diesem Satz stilisieren sich manche zum Märtyrer, zum aufrechten Verfechter einer wahren, aber vermeintlich unterdrückten Meinung. Diese Floskel wird selbst bei Thesen, die man ohne Weiteres aufstellen darf, oft verwendet. Sehr verwandt mit der Opferrolle, in die sich manche Redner gern begeben, um Mitgefühl zu bekommen.



8

Irgendwas bleibt immer hängen: Nach diesem Motto verfuhr schon der sowjetische Geheimdienst KGB, der in einem Handbuch die Methode des „faulen Herings“ empfahl. Dabei unterstellt man jemandem etwas möglichst Schlimmes: einen Mord, eine Krankheit, einen Betrug. Auch wenn die Anschuldigung noch so absurd ist, wird sie in der Öffentlichkeit Anhänger und Gegner finden und breit diskutiert. So lange, bis der Geschädigte den unangenehmen Geruch dieses Gerüchtes nicht mehr loswird.



14

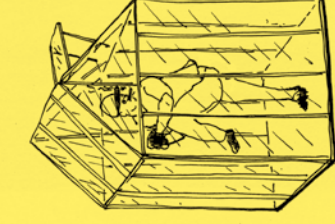


Der wahre Schotte: Hierbei zählen nicht die Fakten, sondern die Idealisierung einer Position. Jemand sagt: Alle Schotten essen Haggis (Schafsmagen). Das Gegenüber erwidert: Mein Vater ist Schotte, aber isst keinen Haggis. Erwiderung: Ja, aber wahre Schotten essen alle Haggis. Bingo.



Bei einer beliebten Form des Scheinarguments (argumentum ad hominem) verweisen manche Redner gerade bei moralischen Themen gern auf die persönlichen Defizite des Gesprächspartners. „Haben Sie nicht Ihre Frau verlassen?“, heißt es dann plötzlich in einer Diskussion um das Für und Wider von Sterbehilfe.

12



Beim Tu-quoque-Argument (lateinisch: auch du) wird von den eigenen Fehlern abgelenkt, indem man sie dem anderen unterstellt. Auf den Satz „Du solltest weniger rauchen“ wird dann geantwortet: „Du rauchst doch selbst zu viel.“ Der Volksmund hat daraus gemacht: „Wer im Glashauss sitzt, sollte nicht mit Steinen werfen.“



Der Begriff Plain Folks steht für die Identifizierung des Redners mit dem sogenannten kleinen Mann auf der Straße, wie das in Deutschland oft heißt – bis hin zur Behauptung, dass man ja selbst einer sei. So zeigt man ein großes Herz für die „normalen“ Mitmenschen, macht sich zum Fürsprecher der weniger Privilegierten und baut gleichzeitig Vertrauen auf.

15

Vom künstlichen Aufregen

fluter: Frau Neudert, Sie forschen an der Universität Oxford über „automatisierte Propaganda“. Lassen sich das Meinungsklima und letztlich auch der Ausgang einer Wahl mit Software gezielt steuern?

Lisa-Maria Neudert: Es ist sehr schwer zu sagen, inwieweit technische Manipulationen im Netz Meinungen verändern und Stimmungen beeinflussen. Aber automatisierte Nachrichten, wie sie etwa über Social Bots verbreitet werden, erreichen inzwischen sehr viele Menschen. Deswegen sollte man hinschauen.

Bots scheinen im Moment ein großes Schreckgespenst zu sein, vor dessen Einsatz sich sogar die Parteien im Bundestagswahlkampf fürchten. Was ist eigentlich ein Bot?

Social Bots sind erst einmal nichts weiter als Profile in den sozialen Medien, hinter denen kein Mensch steht, sondern ein Computer. Die Inhalte werden also nicht von einer realen Person eingetippt, sondern teilweise oder vollständig automatisch generiert.

Kann man diese Meinungsroboter erkennen?

Es gibt viele Indizien, warum einem ein bestimmtes Profil zum Beispiel bei Twitter verdächtig vorkommen kann. Wir haben uns vor allem die Tweet-Frequenz angeschaut. Wenn ein Account sehr viele Botschaften absetzt und rund um die Uhr aktiv ist, deutet das auf einen Bot hin. Ein echter Mensch wird ja zwischendurch mal schlafen. Es wird aber immer schwieriger, Bots zu erkennen. Wir haben zum Beispiel in unseren Forschungen Accounts als Bot gewertet, die mehr als 50 Twitter-Botschaften am Tag absetzen. Es mag auch Menschen geben, die extrem viel twittern, aber die Wahrscheinlichkeit für einen Bot ist unseren Forschungen zufolge ab diesem Wert besonders hoch. Als unsere ersten Studien publik wurden, ist dann etwas Merkwürdiges passiert: Plötzlich gab es offenbar Bots, die auffällig knapp unter unserer 50-Tweets-Marke blieben und zum Beispiel plötzlich nur noch 49-mal am Tag twitterten. Zumindest hat uns das eine Forscherin berichtet, die unser Kriterium für ihre eigenen Untersuchungen übernommen hat. Man sieht: Bots versuchen durchaus, sich zu tarnen.

Wie beeinflussen Bots das Meinungsklima?

Viele Bots setzen schlicht auf Masse. Sie fluten Twitter mit Nachrichten zu einem bestimmten Thema. Minderheitenmeinungen werden durch Bots künstlich aufgeblasen. Das bestärkt echte Nutzer, ihre Meinung ebenfalls kundzutun. Es gibt auch Bots, die auf bestimmte Stichworte reagieren und sich direkt in die Konversationen zwischen verschiedenen Nutzern einschalten. Sie versuchen zum Beispiel, Unterhaltungen der politischen Gegenseite zu sprengen, indem sie gezielt Hasskommentare posten. Das führt manchmal zu der kuriosen Situation, dass Bots miteinander diskutieren.

Hundert Hasskommentare in zehn Minuten? Tausend Likes in fünf? Immer häufiger hat man es im Netz mit Meinungsrobotern zu tun, die nicht nur Stimmung machen, sondern auch schon mal Falschmeldungen lancieren. Aber wie schlimm ist das wirklich? Die Kommunikationswissenschaftlerin Lisa-Maria Neudert über Social Bots, Facebooks Algorithmus und Propaganda im Internet

Interview: Bernd Kramer

Puh, was für ein Durcheinander:
Der Durchblick, ob man Mails
von einem Menschen oder ei-
nem Bot bekommt, fällt manchem
zunehmend schwer. Nur eins ist
klar: Der niedliche Roboter
rechts schickt bestimmt keine
Hateposts



Wer steckt hinter diesen Manipulationsversuchen?

Hinter manchen Bots stehen politische Akteure. In Syrien hat das Regime Bots eingesetzt, um Aufständische in die Irre zu führen. Oft kann man aber nur spekulieren. Ein Bot kann von offiziellen Institutionen oder Parteien geschaltet werden, aber genauso gut auch von Privatpersonen, die für eine bestimmte Seite Stimmung machen möchten.

Wie bedeutsam sind Meinungsroboter?

Wir haben festgestellt, dass bis zu 27 Prozent aller Tweets im US-Wahlkampf von Bots stammten, wobei das Trump-Lager sehr viel präsenter war. Bei der Entscheidung zum Brexit stammte ein Drittel aller Tweets von gerade einmal einem Prozent der Accounts. Rund um die Bundespräsidentenwahl in Deutschland haben wir 22 Bots finden können.

Das sind nicht besonders viele.

Das stimmt einerseits, vor allem wenn man sich vor Augen hält, wie heftig und fast schon hysterisch derzeit über die Manipulationsgefahr von Bots diskutiert wird. Andererseits ist die Bundespräsidentenwahl kein besonders brisantes Ereignis, zu dem viele Menschen twittern. Es kann gut sein, dass zur Bundestagswahl im September eine ganze Reihe Bots dazukommen, die bisher gar nicht als politisch aufgefallen sind. Wir haben zum Beispiel Bots gefunden, die zu Sportwetten oder Shopping getwittert hatten und dann mit einem Mal Stimmung für den AfD-Kandidaten bei der Bundespräsidentenwahl gemacht haben. Genauso wie es englischsprachige Bots aus dem Trump-Lager gab, die nach dem Attentat auf dem Berliner Breitscheidplatz plötzlich auf Deutsch gegen Merkmals Flüchtlingspolitik gewettert haben. Ganze Bot-Armeen lassen sich im Nu umpolen.

Was haben Sie sonst noch bei Ihrer Analyse zur Bundespräsidentenwahl herausgefunden?


Auffällig war, dass die Unterstützung für den AfD-Kandidaten deutlich überrepräsentiert war. Fast die Hälfte aller Tweets galt ihm, fast genauso viele wie Frank-Walter Steinmeier. Wir haben uns außerdem angesehen, auf welche Quellen in den Tweets verlinkt wurde. Auf vier Nachrichten aus verlässlichen Informationsquellen, etwa etablierten Medien, kam jeweils eine Junk-News-Quelle. Das ist erheblich. Während der US-Wahl war das Verhältnis sogar eins zu eins.



GESETZE FÜR FACEBOOK UND CO.

Lisa-Maria Neudert erforscht am Oxford Internet Institute, wie Soziale Medien die Politik verändern, u.a. durch Politische Bots, also maschinengenerierte politische Kommunikation. Leiter des Projekts „computational propaganda“ ist der kanadische Soziologe Philip Howard. Er spricht sich dafür aus, dass Unternehmen wie Facebook – z.B. im Falle politischer Krisen – ihre Daten im öffentlichen Interesse zur Verfügung stellen müssen. „Staatlicher Missbrauch muss natürlich verhindert werden. Gerade läuft der Missbrauch allerdings anders: Politische Akteure, die wir nicht komplett verstehen, nutzen soziale Netzwerke, um Allgemeinwissen und das Vertrauen der Öffentlichkeit in die Regierung zu beschädigen“, sagte er

in einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung. Eine weitere Möglichkeit, soziale Netzwerke zu kontrollieren, sieht Howard in öffentlichen Verfahren zur Qualitätssicherung. „Facebook, Twitter, Google sind private Wirtschaftsunternehmen, sie betrachten ihre Algorithmen als geistiges Eigentum. Aber Auditing-Verfahren gibt es auch in anderen Bereichen, wo sie im öffentlichen Interesse liegen: für die Algorithmen von Spielautomaten zum Beispiel oder für die Algorithmen des Finanzhandels.“



Schau mir in die
Augen, Smiley:
Manchmal kann
die ständige
Meinungsäußerung
ganz schön nerven

In den USA haben gezielte Falschmeldungen bereits zu Gewaltakten geführt. Im Dezember schoss ein Mann in einer Pizzeria um sich, nachdem in sozialen Netzwerken die Verschwörungstheorie die Runde gemacht hatte, Hillary Clinton betreibe in dem Lokal einen Kinderpornoring. Wie können solch abstruse Geschichten in den sozialen Netzen überhaupt Gläubige finden?

Das Problem entsteht nicht erst durch die sozialen Medien. Es gibt bei einem Teil der Menschen ein generelles Misstrauen gegenüber den politischen Eliten, sodass Junk-Meldungen auf fruchtbaren Boden fallen.

Der Facebook-Algorithmus versorgt einen allerdings vor allem mit Meldungen, die das eigene Weltbild stützen.

Ja, aber die Filterblasen fangen schon in der Offline-Welt an. Wenn etwa die urbanen Akademiker in den USA in ihrer Timeline keine Pro-Trump-Posts finden, obwohl doch knapp die Hälfte der Wähler für ihn gestimmt hat, hat das vielleicht weniger mit dem Facebook-Algorithmus zu tun – sondern

auch damit, in welchen Milieus und Freundeskreisen sie sich bewegen. Was im Netz stattfindet, ist auch ein Abbild der Wirklichkeit außerhalb. Facebook selbst hat übrigens 2015 eine Studie veröffentlicht, wonach die Filterblasen gar nicht so hermetisch sind. Die Nutzer wurden durchaus auch mit Nachrichten konfrontiert, die nicht zu ihrer politischen Einstellung passen. Mit der Studie wollte Facebook natürlich auch die Kritik an seinem Algorithmus entkräften. Ich würde dennoch keine Entwarnung geben. Denn auch durch einen kleinen algorithmischen Filter kann man in seinem Weltbild eingemauert werden.

Facebook will jetzt mit Faktencheckern gegen Falschmeldungen ankämpfen. Eine gute Idee?

Ich finde Faktenchecker sehr problematisch, ganz egal ob Facebook sich selber darum kümmert oder Externe damit beauftragt. Wollen wir wirklich Facebook über Inhalte und deren Wahrheitsgehalt entscheiden lassen? Bei vielen Fake News ist es schwer zu beurteilen, wo die Grenze zwischen Fakten und Meinungen verläuft.

Einige fordern derzeit ein Verbot von Social Bots. Ist das sinnvoll?

Davon halte ich wenig. Es gibt nicht nur Hetz-Bots, sondern auch viele legitime, sinnvolle Bots. Chat-Bots beantworten Kundenanfragen, Blogger lassen ihre neu verfassten Beiträge automatisch bei Twitter einlaufen. Ich selbst folge Bot-Accounts, die mich regelmäßig über neue akademische Veröffentlichungen informieren. Will man die alle verbieten?

Wenn so viele schädliche Bots das Klima vergiften, muss man das vielleicht in Kauf nehmen.

Aber ist das Verhältnis tatsächlich so, dass es nur wenige gute und sehr viele schädliche gibt? Ich bin mir nicht sicher.

Was halten Sie davon, wenn es zumindest eine Kennzeichnungspflicht für Bots gäbe?

Das wäre eine mögliche Maßnahme, ist aber mit vielen praktischen Problemen verbunden. Zum Beispiel: Ab welchem Grad der Automatisierung soll die Kennzeichnungspflicht greifen? Am allerwichtigsten ist aus meiner Sicht: mehr Medienkompetenz.

Was meinen Sie damit?

Wir müssen uns darüber im Klaren sein, dass wir im Netz nicht automatisch mit Menschen kommunizieren, sondern mitunter eben auch mit Chatrobotern. Wir müssen wissen, dass Bots uns oft gute Dienste erweisen, aber auch zur Stimmungsmache eingesetzt werden können. Algorithmen erleichtern vieles, aber filtern auch einen Teil unserer Wahrnehmung. Es gibt immer noch zu viele Menschen, die denken, eine Google-Suche liefere bei ihrem Nachbarn die gleichen Ergebnisse wie bei ihnen selbst. ←



A night scene of a riot. A white police truck with blue stripes and the word 'POLICE' is visible on the right. A large fire hose is spraying water from the left side of the frame. The ground is littered with debris and confetti. The background is dark with some lights and trees.

Immer mitten in die Presse



Staatliche Propaganda ist noch erfolgreicher, wenn man die Kritiker mundtot macht. Das geht auf ganz verschiedene Arten. Ein Blick auf die weltweite Unterdrückung von Journalisten

Von Michael Brake

Medien für Regierungstreue: **UNGARN** (steht auf der Rangliste der Pressefreiheit von „Reporter ohne Grenzen“ auf Platz 71 von 180 Ländern)

Schon auffällig, wer in Ungarn zuletzt alles so Medienunternehmer wurde: Andy Vajna, Regierungskommissar für die ungarische Filmwirtschaft, kaufte den Fernsehsender TV2. Mária Schmidt, der früheren Beraterin von Regierungschef Viktor Orbán, gehört seit Kurzem die Wochenzeitung „Figyelő“. Und Lőrinc Mészáros, Bürgermeister von Orbáns Heimatdorf Felcsút, sammelte Ende 2016 gleich zwölf Regionalzeitungen plus die linksliberale „Népszabadság“ ein, zeitweise Ungarns auflagenstärkste überregionale Tageszeitung, deren Einstellung er forcierte – vermutet man. Die Mitarbeiter wussten nichts vom Verkauf, ihnen wurde von einem Tag auf den anderen der Zugang zu ihren Büros verwehrt. Sie sprechen von einem „Putsch“ und sehen sich nun auf einem Arbeitsmarkt wieder,

auf dem regierungskritische Meinungen nicht direkt ein Einstellungsvorteil sind. Márton Gergely, der bei der „Népszabadság“ stellvertretender Chefredakteur war, beschreibt das ungarische Prinzip in einem Beitrag in der „Tageszeitung“ folgendermaßen: Regierungsnaher Unternehmensgewinnenstaatliche Ausschreibungen, sie erhalten mehr Geld als eigentlich nötig, dafür kaufen sie Medien und bringen sie auf Staatslinie. Wie eben Lőrinc Mészáros. Der war mal Gasinstallateur, dann nahezu pleite, und seit der Wahl Orbáns zum Regierungschef 2010 wurde er zum millionenschweren Geschäftsmann.

Schläge und Kugeln: **RUSSLAND** (Platz 148)

Das letzte Opfer war Nikolai Andruschtschenko. Ein Lokaljournalist aus Sankt Petersburg, Gründer der „Nowy Petersburg“. Der 73-Jährige war von mehreren Männern verprügelt worden, nach rund sechs Wo-

Kampf für die Pressefreiheit:
Die Bilder zu diesem Text zeigen eine Demonstration in der Türkei gegen die Schließung einer Zeitung

chen im künstlichen Koma starb er am 19. April 2017. Andruschtschenko galt als Kritiker der Regierung von Wladimir Putin. Seit dessen erstem Amtsantritt als Präsident 2000 sind Dutzende Journalistinnen und Journalisten in Russland ums Leben gekommen, zahlreiche von ihnen wurden erschossen, besonders in der Kaukasusrepublik Tschetschenien und dem benachbarten Dagestan leben Journalisten gefährlich. Die wohl prominenteste Tote, die 2006 in ihrem Wohnhaus erschossene Anna Politkowskaja, war denn auch eine der schärfsten öffentlichen Kritikerinnen von Putins Krieg in Tschetschenien. Ein Bezug zwischen staatlichen Stellen und den auffällig vielen Todesfällen ist dabei nicht herzustellen, jedenfalls nicht vonseiten der russischen Justiz. Mit der Pressefreiheit sieht es ansonsten finster aus in Russland, immer mehr Medien geraten unter staatliche Kontrolle, oder es läuft wie beim Fernsehsender Doschd, der seit 2014 nicht mehr landesweit zu empfangen ist. Immerhin: Mit der „Nowaja Gasetä“, für die auch Anna Politkowskaja schrieb, gibt es bis heute eine unabhängige, mehrfach in der Woche erscheinende Zeitung.

Blogger in Isohaft:
ÄGYPTEN (Platz 161)

Ahmed Douma geht es nicht gut. Er leidet unter Schlafmangel, chronischen Kopfschmerzen, Rücken- und Kniebeschwerden, berichtet die Menschenrechtsorganisation „Amnesty International“. Es sind die Folgen der Einzelhaft, in welcher der ägyptische Aktivist und Blogger nach Anga-

ben seiner Familie seit über drei Jahren sitzt, die Bibliothek und die Gebetsräume des Gefängnisses seien Douma dabei verwehrt. Dabei ist Ahmed Douma ein trauriger Hat trick gelungen: Unter jeder der letzten drei Regierungen Ägyptens – Mubarak, Mursi, al-Sisi – wurde der heute 28-Jährige ins Gefängnis gesteckt. Nun aber sitzt er lebenslang, und auch sonst ist seit dem Militärputsch im Jahr 2013, der Abdel al-Fattah al-Sisi zur Macht verhalf, die ohnehin geringe Pressefreiheit in Ägypten noch weiter eingeschränkt worden. „Reporter ohne Grenzen“ zählt mindestens 23 Journalisten in ägyptischen Gefängnissen. Im Mai 2016 wurden zwei Mitarbeiter des TV-Senders Al-Dschasira sowie eine weitere Journalistin wegen Verrats von Staatsgeheimnissen gar zum Tode verurteilt – allerdings in Abwesenheit. Was mit Ahmed Douma passiert, ist derzeit ungewiss.

Keine Kritik an der Nation:
POLEN (Platz 54)

Von einer „Repolonisierung“ der polnischen Medien träumen die Politiker der rechtskonservativen PiS-Partei von Jarosław Kaczyński. Kaum an der Macht erließen sie Ende 2015 ein neues Mediengesetz, das die Besetzung der Führungspositionen im öffentlich-rechtlichen Rundfunk und Fernsehen durch die Regierung vorsah. Mit Jacek Kurski wurde ein PiS-Mann Chef beim Fernsehsender TVP, in der Folge verließen auch regierungskritische Nachrichtensprecher, Korrespondenten und Redakteure den Sender mehr oder weniger freiwillig. Probleme haben aber auch die unabhängigen privaten Medien, denn staatlich kontrollierte Unternehmen schalten weniger Anzeigen. Zudem will die Regierung den Einfluss ausländischer Investoren begrenzen. In der Folge ist Polen seit dem Machtwechsel in der Rangliste der Pressefreiheit von Platz 18 auf Platz 54 abgestürzt. Doch immerhin: Als die PiS-Regierung Ende 2016 auch noch den Zugang für Journalisten zum Parlament massiv einschränken wollte, besetzten Oppositionsmitglieder den Plenarsaal, Demonstranten blockierten die Ausgänge des Gebäudes, es gab Demo um Demo. Die Regierung gab schließlich nach. Noch ist Polen nicht komplett verloren.

„Welt“-Korrespondent weggesperrt: **TÜRKEI** (Platz 155)

FreeDeniz hat es längst in die 20-Uhr-„Tagesschau“ geschafft. Die Bewegung, die in Deutschland für die Haftentlassung von Deniz Yücel kämpft, dem Türkei-Korrespondenten der „Welt“. Yücel, in Hessen aufgewachsen, deutscher und türkischer Staatsbürger, sitzt seit Februar in Silivri westlich von Istanbul in Untersuchungshaft im Gefängnis. Er soll angeblich Propaganda für eine terroristische Organisation verbreitet und das türkische Volk aufgewiegelt haben. Dabei ist Deniz Yücel längst kein Einzelfall: Laut „Reporter ohne Grenzen“ befanden sich Ende Mai 50 Journalisten in türkischer Haft, so viele wie in keinem anderen Land der Welt. Dutzende weitere Journalisten, die in Haft sitzen, sind wahrscheinlich. Allerdings lässt sich das nicht nachweisen, denn die türkische Justiz äußert sich oft nicht über die genauen Anschuldigungen. Fast alle von ihnen wurden Opfer der Verhaftungswellen, mit denen Präsident Recep Tayyip Erdoğan und die regierende Partei AKP seit dem gescheiterten Putschversuch im Juli 2016 ihr Land überziehen. Zudem wurden über 150 Medien geschlossen und über 700 Presseausweise annulliert. So ist die Berichterstattung überwiegend staatstreu – bei der knappen Abstimmung im April 2017 zugunsten des Verfassungsreferendums, das Präsident Erdoğan deutlich mehr Macht verschafft, könnte sie den entscheidenden Ausschlag gegeben haben. ←

Zu diesem Thema könnt ihr auch noch ein Buch bestellen. Es heißt „Lebenslang für die Wahrheit“ und ist von Can Dündar. Er war Chefredakteur der türkischen Zeitung Cumhuriyet und wurde am 26.11.2015 wegen angeblicher Spionage festgenommen. Später ging er nach Deutschland ins Exil, wo er heute lebt. (Auf bbp.de/shop für 4,50 Euro; Nr.10039)

Scheißnummer

Ein paar Beispiele, wie mit Zahlen Stimmung gemacht wird (und ein paar Tipps, wie man ihnen nicht auf den Leim geht)

Von Stefanie Kara

→ **300 Frauen** in Deutschland tragen eine Burka!
18 Prozent höheres Krebsrisiko durch Wurstessen!
Mit **88-prozentiger** Wahrscheinlichkeit kann ein Algorithmus anhand von Facebook-Likes vorhersagen, ob ein Mann homosexuell ist!

Überall treffen wir auf Zahlen - in den Nachrichten, in den Talkshows, im Netz. Zahlen machen Politik. Das Problem: Auf den ersten Blick erscheinen sie vertrauenswürdig. Doch man sieht ihnen nicht an, was hinter ihnen steckt. Und wer. Und mit welcher Absicht. Dafür muss man genauer hinschauen.

Beispiel Burka: Als im Sommer 2016 Politiker über ein Burka-Verbot diskutierten, tauchten in Zeitungen und Talkshows auch Zahlen zu Burka-Trägerinnen in Deutschland auf. Besonders häufig kam die 300 vor. Sie geht auf eine Aussage des Politologen Hamed Abdel-Samad zurück. Eine Nachfrage der Wochenzeitung „Die Zeit“ ergab aber: Der hatte schlicht geschätzt, einfach aufgrund seiner eigenen Sichtungen von „Frauen mit Vollverschleierung“, und wohlgermerkt: Nicht jede Vollverschleierung ist eine Burka. Der Vorsitzende des Zentralrats der Muslime bot daraufhin eine Wette an: „Einen Kasten Ayran, dass niemand hier in Deutschland mehr als fünf Burka-Trägerinnen auffindet.“ Ein Fall also von Pi-mal-Daumen-Schätzung inklusive Definitionsproblem plus „stille Post“: Die Zahl wurde wieder und wieder genannt, doch wie sie zustande gekommen war, diese entscheidende Information ging dabei verloren.

Beispiel Wurst: Die 18 Prozent stammen aus einer Untersuchung der Krebsforschungsagentur IARC der Weltgesundheitsorganisation (WHO), also einer durchaus seriösen Quelle. Entscheidend ist aber nicht, wie stark das Risiko steigt - sondern wie groß es am Ende ist: Wer keine Wurst isst, hat ein Risiko von fünf Prozent, an Darmkrebs zu erkranken. Für Wurstesser liegt das Risiko

laut den Ergebnissen der IARC bei 5,9 Prozent, das heißt nicht einmal einen Prozentpunkt höher. Diesem absoluten Anstieg entspricht aber ein relativer Anstieg von 18 Prozent. Das Beispiel zeigt: Eine Zahl kann stimmen und doch in die Irre führen. Besonders beliebt ist dieser Trick bei Panikmachern.

Beispiel Algorithmus: „Verblüffend zuverlässige Schlüsse“ könne ein Programm der Firma Cambridge Analytica aus dem Verhalten von Nutzern auf Facebook ziehen, hieß es Ende vergangenen Jahres in diversen Medien. Der Algorithmus habe damit sogar Donald Trump zum Wahlsieg verholfen, weil er einen besonders gezielten Wahlkampf möglich gemacht habe. Viele Medien stellten das infrage. „Doch warum wird nicht auch der Algorithmus selbst hinterfragt?“, kritisierte die Statistikerin Katharina Schüller in der „Unstatistik des Monats“. Darin zerpfücken Zahlenexperten schlecht gemachte Statistiken und falsche Interpretationen.

Was ist also das Problem bei den 88 Prozent? Die Zahl beziffere - laut Schüller - gar nicht die Genauigkeit der Prognose. Sie besage lediglich Folgendes: Nimmt man je einen hetero- und einen homosexuellen Mann, dann kann der Algorithmus sie mit einer Wahrscheinlichkeit von 88 Prozent der richtigen Gruppe zuordnen. „Das ist aber keine Prognose, die sexuelle Orientierung ist ja bekannt“, erklärt die Statistikerin. Kennt man die sexuelle Orientierung jedoch nicht, dann ist es mit der Treffsicherheit des Algorithmus nicht weit her.

Wer die Welt mit den Augen eines kritischen Bürgers sieht, der sollte also ein Verständnis davon haben, wie Statistik funktioniert. Es hilft auch schon, eine Ahnung davon zu haben, wie sie nicht funktioniert. Und sich ein paar Fragen zu stellen:

1. Hat der Produzent der Zahl ein plausibles Interesse, will er ein Phänomen groß oder klein erscheinen lassen?
2. Geht es um ein Phänomen, bei dem es schwierig ist, ehrliche Antworten zu bekommen?
3. Ist das Ergebnis politisch opportun?
4. Wer wurde befragt? Und vor allem: Wer nicht?
5. Ist das Phänomen klar definiert?
6. Sind auch absolute Häufigkeiten angegeben oder nur relative Veränderungen? ←

“UND
SIE
BEWEGT
SICH
DOCH!”

FREIE
DEUTSCHE
DICHTUNG



Der deutsche Maler und Grafiker John Heartfield gilt quasi als Erfinder der politischen Fotomontage. Neben zahlreichen Plakaten gestaltete er auch dieses Buchcover für den 1943 in London erschienenen Gedichtband „Und sie bewegt sich doch! Freie deutsche Dichtung“. Darin fanden sich unter anderem Texte von Bertolt Brecht, Johannes R. Becher und anderen Exilanten, die ihren Widerstand gegen den Nationalsozialismus und das Hitler-Regime zum Ausdruck bringen wollten. Der Buchtitel verweist auf ein angebliches Zitat des Astronomen Galileo Galilei (auch diese Legende ist ein gutes Beispiel für Propaganda), das deutlich machen soll: Die Welt dreht sich weiter, irgendwann wird auch die NS-Diktatur vorbei sein. Daran wird der auf der Erdkugel in Affengestalt hockende Hitler mit seinem blutigen Schwert nichts ändern.

Halle mal



Die Horrormächten, die Sven Liebich in die

Welt setzt, sind eigentlich kaum zu

glauben. Trotzdem fallen Tausende auf ihn herein

Text: Fabian Dietrich



Der Untergang des Abendlandes ist nah: Auf Sven Liebichs Stickern werden Verschwörungstheorien in schmissige Sprüche gepackt

→ In grauer Vorzeit, als die Menschen ihre Informationen noch mühsam aus Zeitungen, Fernsehen und Radio zusammenklauben mussten, hatte einer wie er natürlich keine Chance. Außer dem Verfassungsschutz und ein paar Neonazis aus Sachsen-Anhalt hat sich damals, als er noch Redakteur einer Zeitschrift war, kaum jemand für die Texte von Sven Liebich interessiert. Aber jetzt, wo es Facebook gibt, wo es YouTube gibt, wo Nachrichten von Algorithmen vorsortiert werden und jeder alles in alle Kanäle einspeisen kann, sieht das schon ganz anders aus. Heute entfaltet ein Propagandist wie Sven Liebich auf einmal sein Talent. Plötzlich erreicht er die Menschen da draußen. Plötzlich hören sie ihm zu. Sogar das langatmige Video, in dem er in der Nacht mit dem Skateboard durch

„Flüchtlingen unter Polizeischutz Zugang zu Kindern gewährt“. Die Überschrift setzt er auf ein unscharfes Foto, auf dem man in der Ferne einen Polizisten erahnen kann. Billig gemacht, aber perfekt fürs Facebook-Vorschaubild.

Manche seiner Geschichten haben womöglich sogar einen wahren Kern. Aber eigentlich brauchen sie so etwas gar nicht. Aus einer Schlägerei zwischen zwei betrunkenen Deutschen macht er kurzerhand einen religiös motivierten Anschlag, bei dem ein Junge erschlagen und dessen Vater enthauptet wurde, und erntet dafür im Netz wütendes Geheul. „Krank!! Einfach nur krank! Danke Frau Merkel ganz großes Kino haben sie uns beschert.“ Liebich weiß eben, welche Tonlage er anschlagen muss, damit sein Thema Erregung pro-

tales Raum und schwappt in die reale Welt. Die Kita-Leiterin in Merseburg wird von einer ihrer Mitarbeiterinnen gewarnt. Kurz darauf geht es los. Bei ihr klingelt das Telefon, besorgte Eltern fragen, ob denn etwas dran sei an den Vorwürfen. Ob die Kinder sicher seien? Warum denn da auf Facebook stehe, sie habe irgendwelchen Flüchtlingen Kinder zum Vergewaltigen angeboten? Nein, sagt sie. Auf keinen Fall. Das stimme nicht. Immer wieder muss sie sich rechtfertigen. Sie erklärt, dass der Garten der Kita vermüllt gewesen sei, dass der Hausmeister es nicht schaffe und sie deswegen bei einer Organisation um ehrenamtliche Helfer gebeten habe. Gekommen seien syrische Flüchtlinge mit ihrem Betreuer, und die hätten den Garten netterweise, ohne Geld dafür zu be-

herhören



Halle fährt und von böartigen, im Dunkeln lauernden Ausländern schwadroniert, wird 10.000-mal angeschaut.

Der Aufstieg von Liebich begann mit einer Webseite namens Halle-Leaks. In Anlehnung an WikiLeaks, die Plattform, die mit ihren spektakulären Enthüllungen weltweit Schlagzeilen gemacht hatte, gründete er eine vermeintlich journalistische Organisation, die angeblich Korruption, Misswirtschaft und die ganz großen Sauereien aufdecken will. Tatsächlich veröffentlichte er auch einmal geheimes Material. Auf irgendwelchen Wegen landeten bei Liebich Polizeiakten über Hausbesetzer aus Berlin. Doch das, was dann folgte, hatte mit Dokumenten, Enthüllungen und Whistleblowern nichts zu tun. Sein Interesse gilt weniger der Recherche als größtmöglicher Aufregung, Interaktion und Reichweite im Netz. So produziert Liebich in Serie Skandale, die keine sind. Zum Beispiel schreibt er vor einigen Wochen, eine Kindergartenleiterin habe

duziert. Einmal montierte er ein Zitat neben das Foto des Bundesjustizministers. „Auch wenn die Ehefrau erst 6 und der Mann 56 ist, können wir nicht einfach unterstellen, die Heirat wäre nicht aus Liebe vollzogen.“ Der Justizminister hatte das so nie gesagt. Liebich behauptete hinterher, das sei auch nicht als Zitat gemeint gewesen. Vielleicht bekäme er damit vor Gericht sogar recht. Im Gegensatz zu Verleumdungen sind Übertreibungen von der Meinungsfreiheit gedeckt. Der Spruch mit dem Justizminister funktionierte für Liebich sehr gut. Der Beitrag auf Halle-Leaks produzierte nach Analysen von Buzzfeed deutlich mehr Facebook-Engagements als die Artikel, die es zum selben Thema bei bild.de und anderen Onlinezeitungen gab.

Auch die Nachricht von Halle-Leaks über den Kindergarten verbreitet sich schnell. Irgendwann verlässt das Gerücht den digi-

kommen, sauber gemacht. Offenbar hatten drei Frauen aus der Nachbarschaft die Syrer beobachtet. Erst hätten sie rassistische Parolen über den Zaun gerufen, dann Fotos der Helfer gemacht und diese an Halle-Leaks geschickt. Sie sei entsetzt über das, was da im Netz zu lesen sei, sagt die Kita-Leiterin.

„Das Gerücht wächst, indem es sich verbreitet.“ Schon vor über 2.000 Jahren beschrieb der Dichter Vergil das, was heute mit Falschmeldungen geschieht. Rein juristisch ist es zwar möglich, gegen einen Autor wie Sven Liebich vorzugehen und ihn vor Gericht zur Unterlassung, Löschung oder Gegen-darstel-

lung seiner Inhalte zu bringen. Doch dasselbe auch mit allen Menschen zu tun, die seine Nachricht weiterverbreiten haben, ist nahezu unmöglich. Auch direkte Beschwerden Betroffener in sozialen Medien ändern nicht viel. Die Leser von Halle-Leaks scheinen keine Zweifel zu hegen. Sie sehen die Welt so, wie sie sie sehen wollen, und kommen offenbar gar nicht auf den Gedanken, dass etwas mit ihren Informationsquellen nicht stimmt.

Er trägt ein Marx-T-Shirt und grölt die Songs einer Nazi-Band

Sven Liebich gibt es nicht nur im Netz, sondern auch in der analogen Welt. Fast jeden Montag steht ein kleiner stoppelwanger Mann mit einem Mikrofon vor dem Rathshof und wirbt für das, was er den Frieden nennt. „Ich will euch keine Etiketten geben. Ich will hier nicht fragen, wer ist links, wer ist rechts, wer ist Muslim, wer ist Christ. Diese Etiketten, diese ganze Rechts-Links-Scheiße dient den Herrschenden, um unser Volk zu spalten! Und das benutzen sie seit Jahrzehnten erfolgreich!“ Er gibt sich den Anstrich eines aufrichtigen Aktivisten, eines Mannes, der gegen „das Sys-

tem“ kämpft und ideologische Gräben überwinden will. Für Liebich ist es ein Vorteil, dass ihn keiner so richtig einordnen kann. Er fährt Skateboard und trägt Kapuzenpullover. Gerne rennt er auch mit Marx-Engels-Lenin-T-Shirt herum. Am liebsten zitiert er Rudi Dutschke, Brecht und Voltaire. Als Imam hat er sich auch mal verkleidet und dazu aufgerufen, zum Islam zu konvertieren. Aber das war nicht ernst gemeint, sondern nur seine ganz spezielle Art von Humor. Am einen Tag wedelt er mit einem Mitgliedsausweis der Linkspartei herum (die jedoch Wert darauf legt, dass er sich den Ausweis erschummelt habe und nie Mitglied gewesen sei). Am nächsten grölt er auf der Bühne die Lieder einer Neonazi-Band. Wer genau er ist, was genau er eigentlich will, hält er bestmöglich geheim.

Sein Geld verdient Liebich womöglich nicht ganz zufällig mit dem Verkauf von T-Shirts. Der Name seines Geschäfts ist genauso unscheinbar und schwer zu deuten wie seine öffentlichen Auftritte. Im Angebot des Ladens findet man einerseits dumpfe Männerscherz-Drucke à la „Mann mit Grill sucht Frau mit Kohle“, aber andererseits eben auch islamfeindliche Sprüche und Pseudo-Wikinger-Prosa. Liebichs Aktivitäten

sind ein Dreiklang. Mit seinen Gerüchten betreibt er eine Art von Kreislaufwirtschaft. Weil sie seine Nachrichten lesen und die vermeintlichen Skandale glauben, weil er Unsicherheit und Wut erzeugt, gehen Menschen auf die von ihm beworbenen Demonstrationen und ziehen sich dafür mitunter die extra von ihm designten T-Shirts an (erwähnt sei zum Beispiel das Motiv „Merkel-Jugend“ anlässlich eines Besuchs der Bundeskanzlerin). Das T-Shirt sei eine Propagandawaffe, schreibt Liebich, „weil es – besser als ein Flugblatt – ständig gesehen wird von allen Mitmenschen, die einem über den Weg laufen“. Jüngst hat er ein neues Produkt in sein Sortiment aufgenommen, das verdeutlicht, wie weit er schon mit der Fiktionalisierung der Gegenwart gekommen ist. Wenn die vermeintliche Islamisierung Deutschlands nicht schnell genug voranschreitet, hilft Liebich eben nach. Seine Kunden können bei ihm jetzt Aufkleber in arabischer Schrift mit dem Namen ihrer Heimatstadt oder ihres Dorfes bestellen. Den kleben sie dann auf ihre Ortsschilder. Es wird nicht lange dauern, bis danach auf Facebook jemand die Meldung verbreitet, man habe jetzt offenbar heimlich Arabisch als Amtssprache eingeführt. ←



Futer Nr. 63, Thema: Propaganda

Daumen hoch!

Im Internet kann man alles kaufen, auch Fans, die gegen Bezahlung jeden Unsinn feiern. Unser Autor hat sich anheuern lassen

Von Bernd Kramer

→ Das größte Rätsel ist das Hundebild: ein weißer Labrador am Strand, von seinem Frauchen am 13. März 2017 um 20.40 Uhr bei Facebook gepostet. Warum will ausgerechnet dieses Bild ein „Gefällt mir“ von mir?

Ich bin neuerdings ein professioneller Liker, ein Fan auf Bestellung. Für ein paar Cent gefallen mir: eine Après-Ski-Kneipe, diverse Zahnärzte, ein Burger-Restaurant, Preisvergleichsportale, Anwaltskanzleien, Online-Kasinos, Schauspieler, ein christlicher Radiosender; nur bei dem Großbordell mit „Geld-zurück-Garantie“ zögere ich mit dem Bekenntnis.

Ich habe mein Facebook-Profil bei einem Like-Vermittler registriert und bin nun einer von angeblich 1,6 Millionen Claqueuren, deren Beifall der Dienstleister an Unternehmen weiterverkauft. Angeblich ist das legal, heißt es auf der Internetseite. Umstritten ist es dennoch: Der Deutsche Rat für Public Relations spricht von einer „Verletzung der ethischen Regeln öffentlicher Kommunikation“, der Zentralverband der deutschen Werbewirtschaft von einer „unseriösen Irreführung“.

Im Netz sind Fans und ihre Gefallensbekundungen eine entscheidende Währung. Eine weltweite Umfrage der Marktforschungsfirma Nielsen hat 2015 herausgefunden, dass 66 Prozent der Verbraucher Online-Bewertungen vertrauen, nur das Wort von Freunden und Familie (83 Prozent) und Unternehmenswebseiten (70 Prozent) hat noch mehr Gewicht. Klassische Werbung ist dagegen weit abgeschlagen. „Wir lassen uns von Online-Bewertungen beeinflussen, selbst wenn wir wissen, wie unzuverlässig sie oft sind“, sagt der Internetsoziologe Stephan Humer.

Oft leuchtet mir ein, was man sich von meinen Likes verspricht: Man setzt sich lieber zu einem Arzt ins Wartezimmer, der viele gehobene Daumen bekommen hat. Eine Kneipe wirkt einladender, wenn sie im Netz nicht Leere und Langeweile ausstrahlt. Und ein Bordell erscheint wie ein ganz normales Service-Unternehmen, wenn sich vermeintliche Kunden bei Facebook mit Klarnamen outen.

Nur auf dieses Hundefoto kann ich mir keinen Reim machen.

Das Profil der Halterin: unauffällig. Die Bilder vom Besuch mit der Familie im Affenwald: 25 Likes. Ein anderes Hundebild: 13 Likes.

Der Labrador am Strand: 957. Ich klicke auf „Gefällt mir“, bin Nummer 958.

Ich frage bei einigen an, warum sie sich Likes kaufen. Zum Beispiel die Franchise-Kette aus dem Chiemgau, die aus dem Foodtruck heraus deutschlandweit Currywürste verkauft. Deren Geschäftsführer erklärt, warum es so schwierig ist, für Würste Publicity zu schaffen – und verweist ansonsten auf seine Werbeagentur. Die meldet sich jedoch nicht mehr. Der christliche Radiosender aus Berlin: Funkstille. Die Kandidatin aus dem „Promi Big Brother“: schweigt. Ein rechtsextremes Blog aus Bayern: keine Reaktion.

Am ehrlichsten ist der Schauspieler, der den Kommissar in einer ZDF-Vorabendkrimiserie spielt und gleich zurückruft.

Die Sache sei so gewesen, erklärt er: Er habe früher einmal eine Seite für seine Fans bei Facebook gehabt, aber die sei irgendwann übergelaufen mit blöden Kommentaren, Leute, die seinem Vorgänger nachtrauerten und über ihn nur geschimpft hätten. Also hat er die Seite gelöscht.

Aber dann meinte seine Produktionsfirma, er müsse doch als Hauptdarsteller bei Facebook präsent sein.

Es würde doch ewig dauern, seine Fans von früher wiederzugewinnen, habe er entgegnet.

Man könne Fans kaufen, machten doch alle. 1.000 Stück für 89 Euro, lautete die Antwort.

Amores Perros! Plötzlich bekommt ein deutscher Hund ganz viele Likes aus Südamerika

Er habe sich nichts weiter dabei gedacht, erzählt der Fernsermittler am Telefon. Jetzt ist es ihm allerdings peinlich.

Und die Hundebesitzerin aus Thüringen? Warum braucht man Likes für ein privates Foto?

Die Antwort zeigt, in was für eine absurde Kreislaufwirtschaft der Handel mit den Likes führt. Viele Unternehmen versuchen bei Facebook durch Gewinnspiele Aufmerksamkeit für sich zu bekommen – mit redlichen Mitteln also und ohne gekaufte Fans. Ein Tierfutterhersteller zum Beispiel ruft seine Nutzer dazu auf, Hundefotos zu posten: Wer die meisten Likes bekommt, gewinnt.

Bei solchen Wettbewerben, erzählt die Hundebesitzerin aus Thüringen, mogele sie ein bisschen. Einmal sei sie aufgefliegen: Sie hatte einen Haken falsch gesetzt, und plötzlich bekam ihr Hund lauter verdächtige Stimmen aus Südamerika.

Ein anderes Mal habe sie gewonnen: ein Wochenende im Fünfsternehotel an der Ostsee im Wert von 800 Euro.

Mit dem Labrador am Strand ist sie knapp gescheitert. Die Likes haben diesmal nur für den zweiten Platz gereicht. ←

Ursprünglich geht der Begriff Propaganda auf die christliche Missionierung zurück. In großen Teilen Afrikas passt das bis heute ganz gut, denn dort gründen sich vielerorts neue Kirchen, die viel Gutes tun, aber von denen manche auch gefährliche Ideen verbreiten

Von Marius Münstermann

→ Als in Westafrika 2014 die Ebola-Epidemie ausbrach, wandten sich die nigerianischen Behörden nicht nur an die Weltgesundheitsorganisation und „Ärzte ohne Grenzen“, sondern auch an den selbst ernannten Gottesmann T. B. Joshua. Der Gesundheitsminister des Bundesstaates Lagos bat Joshua, Ebola-Kranke aus Liberia, Sierra Leone und Guinea – den hauptsächlich betroffenen Ländern – davon abzubringen, bei ihm in Nigeria Heilung zu suchen. Man befürchtete, dass Joshuas Kirche zu einem Hort der Seuche würde, an dem sich Tausende Gläubige mit dem Virus infizieren könnten. Joshua willigte ein. Zugleich aber schickte er 4.000 Flaschen eines vermeintlichen Heilwassers nach Sierra Leone. Auf Facebook verkündete er den Erfolg seiner Maßnahme: Eine Mitarbeiterin des Außenministeriums von Sierra Leone habe sich bei ihm für die großzügige Spende bedankt, sein Heilwasser habe eine wichtige Rolle im Kampf gegen Ebola gespielt.

Temitope Balogun Joshua, bekannt als Pastor T. B. Joshua, ist einer der bekanntesten Prediger Afrikas. Seine „Synagogue, Church of All Nations“ mit Sitz in Lagos empfängt jede Woche Zehntausende Gläubige zur Messe und zählt zahlreiche

Prominente zu ihren Anhängern. Darunter Malawis ehemalige Präsidentin Joyce Banda, die Joshuas vermeintliche Wundertaten auf dessen eigenem TV-Sender Emmanuel TV bezeugt. Der Sender ist weltweit per Satellit zu empfangen und mit über 500.000 Abonnenten und weit mehr als 200 Millionen Videoaufrufen Nigerias erfolgreichster YouTube-Channel.

Joshua behauptet, Kranke geheilt und sogar Tote zum Leben erweckt zu haben. Außerdem will er den Tod Michael Jacksons und den Absturz des Malaysia-Airlines-Flugs MH370 prophezeit haben. Seiner Anhängerschaft verspricht Joshua Geld und Fruchtbarkeit.

Die Heilsbotschaften kommen gut an. Während die Kirchen in Europa über Mitgliederschwund klagen, steigen Prediger wie T. B. Joshua in vielen afrikanischen Ländern zu religiösen Autoritäten, einflussreichen Medienmogulen und regelrechten Popstars auf. Ob die „Life Changers International Church“ in Malawi, Kenias „Jesus Celebration Centre“ oder die „Mountain of Fire and Miracles Ministries“ in Nigeria – überall schießen unzählige neu gegründete Kirchen mit oft fantastischen Namen wie Pilze aus dem Boden. Katholiken und Protestanten, Evangelikale, Methodisten, Zeugen Jehovas, Pfingstkirchen und andere freikirchliche Sekten wetteifern um neue Anhänger. Eine Missionierungswelle schwappt über den Kontinent. Das Christentum verbreitet sich dank des Bevölkerungswachstums in keiner Weltregion so schnell wie in Afrika.

Vor allem in den Ländern, wo es an staatlicher Versorgung der Bürger fehlt. T. B. Joshua unterhält Lagerhäuser, in denen er eigenen Angaben zufolge Reisvorräte im Wert von rund 50.000 Euro für Bedürftige bereithält. Die Ausgabe der Notrationen wird öffentlichkeitswirksam über Emmanuel TV ausgestrahlt. Nach dem verheerenden Erdbeben von 2010 schickte Joshua sogar ein Erste-Hilfe-Team nach Haiti, das dort die Klinik Emmanuel aufbaute. Für benachteiligte Jugendliche

Manche Prediger hetzen gegen Homosexuelle und befürworten harte Strafen für sie

gründete Joshua 2008 den Fußballverein My People FC. Für sein humanitäres Engagement ehrte die nigerianische Regierung Joshua mit einem der höchsten Orden des Landes.

Einige Kilometer nördlich von Lagos wird außerdem die vermutlich größte christliche Messe der Welt gefeiert: Hunderttausende Menschen finden in der Kirche der „Redeemed Christian Church of God“ (RCCG) Platz. Wobei es sich nicht um eine Kirche im klassischen Sinne, sondern vielmehr um ein mehrere Quadratkilometer großes Areal handelt, auf dem einige riesige – Bierzelten nicht unähnliche – Hallen stehen. 2008 ernannte „Newsweek“ den RCCG-Leiter Enoch Adeboye zu einer der einflussreichsten Persönlichkeiten der Welt.

Großen Einfluss hat auch T. B. Joshua: Als sich junge Demonstrierende in Kamerun auf seine Lehren beriefen, ver-

elujá



Ich bete zum
Tanz: In afrika-
nischen Kirchen
geht es schon
ein bisschen
partymäßiger zu
als hierzulande

hängte Kameruns Regierung ein Einreiseverbot gegen den Prediger und bezeichnete ihn laut nigerianischen Medien als „Agenten des Teufels“.

2015 musste sich Joshua gegen den Vorwurf wehren, einen Terroranschlag in Kamerun vorausgesagt zu haben. Auch ist gegen ihn ein Prozess anhängig: Mindestens 115 Menschen starben, als 2014 in Lagos ein Gästehaus seiner Kirche einstürzte. Joshuas Anwälte torpedieren das Gerichtsverfahren, das jedoch fortgesetzt werden soll.

Auch andere Prediger wie der junge Shepherd Bushiri, dessen „Enlightened Christian Gathering Church“ im südlichen Afrika ganze Fußballstadien füllt, nutzen ihre Reichweite für politische Aufrufe. So wiegelte Bushiri die Menschen in seinem Heimatland Malawi gegen Homosexuelle auf: Schwule hätten keine Rechte, Homosexualität sei eine Sünde. Ähnlich homophobe Propaganda verbreiten Kirchen in Südafrika, Liberia oder der DR Kongo. In Uganda betrieben evangelikale Missionare aus den USA sogar Lobbyismus für ein Gesetz, das die Todesstrafe für Homosexuelle vorsah. Eine Ausnahme ist das „House of Rainbow“, in Nigeria bekannt als die „schwule Kirche“, deren schwuler Pastor Jide Macaulay sexuelle Minderheiten begrüßt.

Wer seine Pforten für Minderheiten und Benachteiligte öffnet, erreicht jedoch längst noch nicht die Popularität eines Shepherd Bushiri, von dessen vermeintlichen Wundertaten sich auf YouTube zahlreiche Aufnahmen finden: Vor Tausenden Anhängern erweckt Bushiri einen toten Jungen zu neuem Leben. Aidskranke berichteten von ihrer Heilung. Und natürlich kann Bushiri über dem Boden schweben. Sein Zauber beeindruckt offenbar viele Gläubige – und lässt bei Bushiri die Kasse klingeln. Online kann man von ihm beworbenes Salböl für 60 Dollar pro Fläschchen kaufen. Eine südafrikanische Zeitung berichtet, eine Privataudienz bei Bushiri koste umgerechnet über 300 Euro. Bushiri bestreitet, dass er sich an den Einnahmen bereichert. Dennoch konnte er seiner Anhängerschaft auf Facebook vergangenes Jahr nicht ohne Stolz verkünden, seinen dritten Privatjet in zwei Jahren gekauft zu haben: Die Fotos zeigen ein luxuriös ausgestattetes Flugzeug, Kaufpreis: 37 Millionen Dollar. Einem Facebook-Nutzer, der anmerkte, dass Bushiri mit dem Geld lieber Bedürftigen helfen sollte, entgegnete der Prediger: „Wann verkaufst du dein Handy, mit dem du diese Nachricht geschrieben hast, um das Geld den Armen zu spenden?“ Seinen Erfolg rechtfertigt der Prediger als Gottes Willen. In Bushiris eigenen Worten: „Ich bin ein Gewinner.“ ←

Voller Neid und

Zum Holocaust konnte es nur kommen, weil sich in der deutschen Bevölkerung schon lange ein primitiver Neid auf die bildungshungrigen und aufstiegswilligen Juden gebildet hatte. Sagt der Historiker Götz Aly*. Ein Gespräch über die Ursprünge des deutschen Antisemitismus, die Propaganda der Nazis und den Rassismus dieser Tage

Interview: Oliver Gehrs

fluter: Herr Aly, wann und warum ging es los mit der deutschen Judenfeindlichkeit?

Götz Aly: Der Begriff Antisemitismus kam im Jahr 1880 auf in bewusster Abgrenzung zum vorwiegend religiös motivierten Anti-Judaismus. Der Antisemitismus verstand sich als Reaktion auf gesellschaftliche und wirtschaftliche Fragen der Gegenwart. Damit wurde er für politische Parteien anschlussfähig – auch in der Demokratie.

Wurde der Begriff ganz normal benutzt?

Ja. So wie man heute sagt „Ich bin für Ökologie“ oder „Ich bin Veganer“, konnte man damals im Sinne einer anerkannten Haltung sagen: „Ich bin Antisemit.“ Und die hatte im späten 19. und im beginnenden 20. Jahrhundert mit den einschneidenden sozialen und ökonomischen Veränderungen zu tun.

Damals gingen viele Menschen in die Städte, wo die Fabriken standen.

Die Juden verfügten über beachtliche Vorteile: Fast alle konnten lesen und schreiben, viele beherrschten mehr als eine Sprache und bevorzugten das städtische Leben. Dort lockten wirtschaftliche Chancen, Gymnasien und Universitäten für die Kinder, die diese dank ihres besseren intellektuellen Trainings nutzen konnten, während die christlichen Altersgenossen erst einmal den weit verbreiteten Analphabetismus überwinden mussten.

Warum waren die Juden damals gebildeter?

Zur jüdischen Kultur gehörte schon immer die Bildung. Die Gesetze fordern die Fähigkeit des Lesens, damit jeder für

„Angezettelt. Antisemitische und rassistische Aufkleber von 1880 bis heute“ heißt eine Ausstellung (vom 27.6. bis 14.1.18 in der Reichspräsident-Friedrich-Ebert-Gedenkstätte in Heidelberg). Rechts ein mit Parolen beschmiertes Geschäft in der NS-Zeit.

sich die religiösen Schriften streitig auslegen kann. Anders als in christlichen Familien sagten jüdische Eltern niemals „Lesen verdirbt die Augen“. Hinzu kamen die Erfahrungen jahrhundertelanger Verfolgung. Bildung ist transportabel, die kann man nicht enteignen. Der Vorsprung an Bildung und Bildungswillen führte zu wirtschaftlichen Vorsprüngen, zu erheblich schnellerer sozialer Aufwärtsmobilität. Vor 1914 waren die deutschen Juden im Schnitt wohlhabender als die christliche Mehrheit. Das zeigen die Steuerstatistiken.



Missgunst

Wieso kamen die Christen nicht nach?

In der ersten Hälfte des 19. Jahrhunderts schritt die wirtschaftliche Entwicklung in Deutschland schleppend voran, verglichen mit England, Belgien oder auch Teilen Frankreichs. Ich interpretiere das als Spätfolge der napoleonischen Kriege und der territorialen Zersplitterung. Doch ab 1860 verlief die industrielle Entwicklung doppelt so schnell wie in England, zumal in der Gründerzeit. Da hatten die Juden ungeheure Chancen. In Berlin gab es bei einer Million Einwohnern fünf Prozent Juden. Und 65 Prozent der jüdischen Kinder machten einen höheren Abschluss, während die Christen bei fünf Prozent verharren. Die Juden bildeten eine eifrige, klug wirtschaftende Minderheit.

Und das schuf Neid?

Neid entsteht in der sozialen Nähe. Sobald die Zurückgebliebenen aufholen, wächst der Neid, weil die besseren gesellschaftlichen Positionen auch für sie erreichbar werden. Deswegen vergrößerten sich die Spannungen in der Weimarer Zeit. Infolge des Ersten Weltkriegs und der Inflation verloren viele Juden ihr Vermögen. Parallel dazu bewirkte die soziale Mobilisierung des Krieges und die gute Bildungspolitik der Weimarer Republik, dass sich die Zahl der Abiturienten verdreifachte, die Zahl derer, die mit mittleren Abschlüssen vorankommen wollten, stieg noch mehr.

Die sozialen Milieus gerieten in Bewegung.

Diese soziale Beweglichkeit in den 1920er-Jahren wird bis heute bewundert. Jedoch erhöhte die – mit Recht politisch erwünschte und geförderte – soziale Dynamik auch die Gefahr des Absturzes. Der Kampf um die gesellschaftlichen Positionen wurde härter. Deutlich lässt sich das an den Universitäten ablesen: Die Nationalsozialisten eroberten die Mehrheiten dort wesentlich früher als in den anderen Milieus der deutschen Gesellschaft.

Wieso entfaltete sich der Hass zuerst an den Unis?

Aus den christlichen Familien studierten überwiegend junge Leute, die noch ohne Bücher aufgewachsen waren, sich in der akademischen Welt und den entsprechenden Berufen nur tastend zurechtfinden. In dieser Situation tanzten hochgebildete, schlagfertige, leicht lernende Juden vor ihnen herum. Deshalb galten diese als „vorlaut“, „oberflächlich“, „hämisch“ und „frech“, während die Studenten der christlichen Mehrheit ihre Langsamkeit als „tiefsinnig“ und „gefühlvoll“ deuteten und sich in deutschümelnden Kollektiven wohler fühlten als im individuellen Leistungswettbewerb. Wenn sie schon als Individuen nicht überlegen waren, dann wenigstens als Angehörige einer angeblich herausragenden völkischen Gemeinschaft oder Rasse.

Der nationalliberale Historiker Heinrich von Treitschke prägte 1879 den Satz „Die Juden sind unser Unglück“, den sich später das nationalsozialistische Hetzblatt „Der Stürmer“ zu eigen machte.

Treitschke formulierte diesen Satz als Frage, die sich immer mehr christliche Deutsche stellen würden. Er beantwortet sie auch und zwar so: Die ostjüdischen Zuwanderer kämen als „Schar strebsamer hosenverkaufender Jünglinge“ über die Grenze und deren „Kinder und Kindeskinde“ würden „dereinst Deutschlands Börsen und Zeitungen beherrschen“. Treitschke, aber auch die antisemitischen Führer Wilhelm Marr und Adolf Stöcker thematisierten ständig den in der damaligen Zeit weit überdurchschnittlichen Aufstiegserfolg der Juden.

Wurden die Ressentiments in der Bevölkerung propagandistisch ausgeschlachtet?

Der protestantische Pfarrer Stöcker sprach in seinen Propagandareden und -schriften immer wieder vom „unheilvollen“ Aufstiegs willen der Juden. Das klang dann so: Sie müssen „Schneider und Schuhmacher, Fabrikarbeiter und Diener, Mägde und Arbeiter“



rinnen werden“; gelinge das nicht, würden sie, „je länger, je mehr Arbeitgeber werden, dagegen die Christen in ihrem Dienste arbeiten und von ihnen ausgebeutet werden“. So verdeckten Antisemiten ihren Neid und ihr Phlegma. Neid darf man sich nicht eingestehen, sonst würde man das eigene Unvermögen bekennen. Deshalb entwickelt der Neider stets tarnende und selbstgnädige Hilfskonstruktionen: Er klassifiziert den Beneideten als niedrig, hinterhältig, oberflächlich oder unredlich. Auf diesem geistigen Boden entstanden die Ressentiments, die den modernen Antisemitismus kennzeichnen.

Wie wesentlich ist die Rassentheorie für die Propaganda?

Die Rassentheorie entwickelten Briten und Franzosen, und sie diente dem politischen und ökonomischen Zweck, Sklaven, Plantagenarbeiter und die Bevölkerungen in den Kolonien von den schon zur Norm gewordenen Allgemeinen Menschenrechten auszuschließen.

Wie bekam man das zusammen?

Joseph Arthur de Gobineaus „Versuch über die Ungleichheit der Menschenrassen“ von 1853 bewies, dass die nicht aus Europa stammenden Menschen keine gleichberechtigten Menschen seien. Das Werk wurde sofort ins Englische übersetzt und fand vor allem im Süden der USA reißenden Absatz. Die Sklavenhalter dort empfanden das Werk als ein Geschenk des Himmels, das wissenschaftlich bewies, dass „der Neger“ kein richtiger Mensch sei. Das war zweckgebundener Rassismus.

War das für die Deutschen der Anlass, Juden als Untermenschen abzustempeln?

Auch in dieser Hinsicht war Deutschland eine verspätete Nation. Die Deutschen übersetzten Gobineaus Werk erst 50 Jahre später. Die wirtschaftliche Ausbeutung von Kolonien interessierte sie wenig und erst sehr spät. Die Deutschen verwendeten die Rassentheorie anders: Sie richteten sie gegen konkurrierende Minderheiten im eigenen Land.

Gegen Slawen und dann vor allem gegen Juden.

In Deutschland blühte ein Rassismus, der die Minderwertigkeitsgefühle der christlichen Mehrheit ansprach. Mit Gobineau wurde behauptet, die (christlichen) Deutschen gehörten einer besonders edlen „germanischen Rasse“ an. So entstand in Deutschland ein spezieller, kollektivistischer, wegen des Neides vielfach verborgener Judenhass. Es gab im 19. Jahrhundert keine Pogrome. Mehrheitlich fanden es die Deutschen aber wünschenswert, dass diese vorlauten, sich angeblich vordrängelnden Juden einen Dämpfer bekommen sollten. Genau diese Aufgabe übertrugen sie 1933 dem nationalsozialistisch geführten Staat. Dabei war der Antisemitismus keine Spezialität der NSDAP-Wähler, er integrierte sozialdemokratische und auch katholische Wähler. Den Kommunisten galten Juden nicht selten als Kapitalisten, Bürger oder Kleinbürger, die den Interessen der Arbeiter schaden würden.

Das eine waren die Parolen, das andere die Taten. Wie wichtig war die Propaganda der Tat?

1933 bis 1945, zwölf Jahre, davon gehörten die ersten beiden Jahre der Konsolidierung, die letzten zwei der Abwicklung, macht acht Jahre im Kern. Das ist geschichtlich eine Se-

kunde und selbst lebensgeschichtlich kurz. In dieser Zeit entfesselte die nationalsozialistische Regierung Deutschlands einen Krieg mit 50 Millionen Toten und beispiellosen Massentötungen. Und das alles ließ sich mit einem verhältnismäßig normalen, überwiegend gesitteten Volk veranstalten.

Wie kann man diese negative Energieentladung erzeugen?

Totalitarismus, Geschwindigkeit, national-soziale Utopie und Krieg bildeten die entscheidenden Elemente. Die Leute wurden im Dritten Reich dauernd in Atem gehalten. Täglich fielen Entscheidungen, wurden neue Gesetze verkündet, Aktionen gestartet, Massenversammlungen und Feierlichkeiten organisiert. Man wusste nicht, was der Führer demnächst tun würde, aber man wartete darauf in Hochspannung: Plötzlich schloss er Österreich an, ließ nach einer inszenierten, dramatisch erscheinenden Krise das Sudetenland besetzen, dann Memel und Prag. Ständig wurden die Deutschen der durchaus prickelnden Spannung Krieg oder Frieden ausgesetzt, Zukunft oder Untergang. Das Leben kam ihnen vor wie im Kino.

Eine Mischung aus Angst und Rausch?

Die Regierung Hitler verstand es, das Riesenkollektiv „Herrenvolk“ in ständig beschleunigter Bewegung zu halten. Man durfte erstmals zum Urlaub an die Ostsee, gleichzeitig wurde der Sohn zum Militär eingezogen, dann lief der Krieg zuerst wie ein Sonntagsspaziergang. Überall erstrahlte nur das Größte und Schönste, ein Sieg jagte den anderen, neue Waffen stärkten die Siegesgewissheit. Die Soldaten schrieben begeisterte Briefe nach Hause, gingen in Paris ins Bordell und schickten ihren Bräuten Schweineschinken und Spitzenunterwäsche.

Wie wichtig war es für die Verbreitung der nationalsozialistischen Propaganda, die neuen Massenmedien einzusetzen wie etwa das Radio oder den Film?

Der Nationalsozialismus hat in den bildenden Künsten oder in der Literatur nichts Bleibendes hinterlassen, sehr wohl aber im Kino. Da sind Filme entstanden, die bis heute funktionieren. Mit großem Aufwand hergestellt, stilistisch großartig.


Wie die Filme von Leni Riefenstahl über die Olympischen Spiele von 1936 oder die Parteitage der NSDAP.

Oder auch der „Euthanasie“-Film „Ich klage an“. Mit leichten Retuschen könnten Sie den auch heute zeigen, und die Leute würden die Vorstellung mit denselben Gedanken verlassen, die Joseph Goebbels ihnen 1941 auf sanfte Weise einträufeln wollte und konnte.

Mit dem Gefühl, dass man Behinderte umbringen sollte?

Nicht derart grob, sondern mit dem widersprüchlichen Gefühl, dass die damals so bezeichnete „Lebensunterbrechung“ schwer behinderter oder leidender Menschen eine komplizierte moralische Frage sei, die im Sinne der Leidenden neu diskutiert werden müsse, und zwar unter den Stichwörtern „Selbstbestimmung über den eigenen Tod“ und „Erlösung Schwerbehinderter und -kranker“.

Welchen Stellenwert hatte für die Propaganda die seichte Unterhaltung? Also die Ablenkung von der Politik und später auch vom Grauen des Krieges?



Das gehörte essenziell dazu. Die Pflege der Musik, der systematische Neubau von Theatern und Stadien, begleitet von einer Propaganda, die in ihrer geschickten und modernen Art unterschätzt wird. Heutige Gedenkstätten und Schulbücher zeigen meistens die primitivsten Varianten der antijüdischen Propaganda und die Blut- und Bodenverherrlichung.

Die Fackelmärsche, das Germanische.

Das gab es auch, aber nicht nur. Das Fluffige, die Wohlgefühl-Propaganda stand im Vordergrund, spezialisiert auf bestimmte Konsumentengruppen und unterschiedliche Geschmacksrichtungen. „Das Reich“, eine 1940 von Goebbels gegründete Wochenzeitung, wurde 1946 zum grafischen Vorbild für „Die Zeit“. Die Modezeitschrift „die neue linie“ zeigte Fotostrecken mit sehr schicken Frauen. Das war keine Brutal-Propaganda.

Kann man sagen, dass banale Sachen hochgejauchzt und Brillantes wie die moderne Kunst runtergemacht wurden?

Das Credo lautete: Ihr, verehrte echtdeutsche Volksgenossinnen und Volksgenossen seid die Größten, die Schönsten, Kräftigsten, Begabtesten, euch gehört die Zukunft. Alles, was uns auf diesem manchmal beschwerlichen und Opfer erfordern Weg zum nationalen Sonnenstaat stört, hat zu verschwinden. Dazu zählte das angeblich Zersetzende, Fremde und Unharmonische.

Aber von da ist der Schritt zu den Konzentrations- und Vernichtungslagern doch noch sehr groß. Wie bringt man einem Volk bei, dass auch das eine Lösung sei?

Das war kein einfacher Weg. Die wichtigste Voraussetzung dafür muss in der Ausnahmesituation Krieg gesucht werden. Er reduzierte die moralischen Normen schnell. Der Krieg ermöglichte die Identifikation des Judentums mit den Feinden. Hinfort galten Juden als besonders hinterhältige, im Inneren und oft verborgen wirkende Feinde. Da sie als „nicht wehrwürdig“ galten, war es nur ein kurzer, für die damalige deutsche Öffentlichkeit weithin verständlicher Schritt, die Juden zum angeblichen „Arbeitseinsatz nach Osten“ zu deportieren.

Und je mehr davon profitierten, desto selbstverständlicher wurde das.

Mit dem Beginn des Krieges gegen die Sowjetunion ging es für die Deutschen um Leben und Tod. In diesem Moment hatten die Naziführer Brücken zur Umkehr abgebrochen. Von nun an nutzten sie die Politik des Verbrechens als Mittel zur innenpolitischen Festigung. Thomas Mann hat das im November 1941 in einer seiner Rundfunkreden genau beschrieben: „Das Unausprechliche, das in Russland mit den Polen und Juden geschehen ist und geschieht, wisst ihr. Ihr wollt es aber lieber nicht wissen aus berechtigtem Grauen vor dem ebenfalls Unausprechlichen, dem ins Riesenhafte gewachsenen Hass, der eines Tages, wenn eure Volks- und Maschinenkraft erlahmt, über euren Köpfen zusammenschlagen muss. Ja, Grauen vor diesem Tag ist am Platz, und eure Führer nutzen es aus.“

Mitgefangen, mitgegangen.

Die NS-Führung verfuhr nach den Prinzipien einer kriminellen Organisation: Leute abhängig machen, ihnen kleinere oder größere Vorteile verschaffen, ihnen die Möglichkeit zur Umkehr versperren, sie derart an sich zu binden, dass der sogenannte Endsieg als der einzige, das eigene Überleben sichernde Weg erscheint. Dazu gehörte es, angebliche Verräter in den eigenen Reihen und Feinde gnadenlos zu verfolgen und zu töten.

Nach dem Krieg sagten viele, sie seien Verführte gewesen.

In dieser massenhaften Ausrede steckt auch etwas Wahres. Die Geschwindigkeit, mit der eine Aktion der anderen folgte, Siege errungen wurden und dann Niederlagen prasselten, nahm vielen Deutschen die Besinnung. Die Verbrechen wurden arbeitsteilig begangen. Sie galten als Geheimnis. Das bedeutet aber nur eines: Weil man von den Erschießungen und Vergasungen Hunderttausender Menschen nichts wissen durfte, brauchte man es nicht zu wissen, und vermied so die Belastung des eigenen Gewissens. Die damaligen Deutschen betrachteten das Ende als Zusammenbruch, als Katastrophe. Voller Angst warteten sie darauf, dass die Sieger all das rächen würden, was 18 Millionen Landser, SS-Männer und Besatzungsbeamte den Völkern Europas und den Juden angetan hatten. Blutjunge Wehrmachtsoldaten, die 1945 in Gefangenschaft gerieten, zur Desinfektion und zum Duschen geführt wurden, wussten plötzlich ganz genau: „Jetzt werden wir vergast.“ Das heißt: Viele hatten ein schlechtes Gewissen.

Was lernt man aus dem früheren Antisemitismus für heute?

Wir lernen aus dem Dritten Reich nur wenig für die Gegenwart, die ist immer anders. Thilo Sarrazin zum Beispiel liebt die zuwandernden Juden ausdrücklich wegen ihrer Intelligenz. Den in linken, liberalen und rechten Kreisen gepflegten Antizionismus interpretiere ich als Schuldabwehr. Diese Art des Ressentiments gründet notwendigerweise auf anderen Ursachen als der Antisemitismus vor 1945 und nutzt andere Ausdrucksformen als der gegen Flüchtlinge gerichtete Rassismus. In der ubiquitären, auch staatlichen Ignoranz gegenüber den deutschen Kriegsverbrechen in den besetzten Teilen der Sowjetunion lebt meines Erachtens die alte deutsche Geringschätzung gegenüber Slawen fort. Wieder anders verhält es sich mit der unter muslimischen Zuwanderern anzutreffenden Judenfeindschaft. Dann gibt es den kleinen Rassismus, den man auch als elterliche Fürsorge bezeichnen kann, in der eigenen mittelständischen, sich für aufgeklärt haltenden Familie: Sowohl in meiner Familie als auch in meinem Bekanntenkreis achten viele darauf, dass in den Kindergärten und Schulen, die sie für ihre Kinder aussuchen, nicht zu viele Achmeds und Ayşes sind. So gesehen erscheint es mir auch falsch, einfach zu behaupten: Rassisten sind immer nur die anderen. ←

*Götz Aly ist Historiker und Journalist. Sehr lesenswert ist sein Buch „Warum die Deutschen? Warum die Juden? Gleichheit, Neid und Rassenhass 1800–1933“, das im Fischer-Verlag erschienen ist. Zuletzt erschien seine große Studie über die europäische Geschichte von Antisemitismus und Holocaust: „Europa gegen die Juden 1880–1945“.

K-Pop für d



**An der Grenze zu Nordkorea
beschallt Südkorea das
Nachbarland mit Nachrichten,
Liedern und Schmähungen
von Diktator Kim Jong-un**

Von Sören Kittel

→ Die demilitarisierte Zone zwischen Süd- und Nordkorea ist für Botaniker eines der spannendsten Gebiete der Erde. Seit der Koreakrieg 1953 faktisch beendet wurde, seit mehr als 60 Jahren, ist aus diesem vier Kilometer breiten Streifen fast wieder ein Urwald geworden. Doch diese Ruhe wird immer dann gestört, wenn es zwischen beiden verfeindeten Staaten politisch schwierig wird.

Dann schallt eine helle Frauenstimme über die grüne Hölle, so laut, dass sie nachts viele Kilometer weit in Nordkoreas Landesinnerem zu hören ist. Die Stimme kommt aus neun Meter hohen Lautsprechern, die aussehen wie Flutlichtmasten im Fußballstadion, mit vielen urwaldgrünen Megafonen statt Scheinwerfern. Es klingt etwas blechern, aber die Stimme ist eindringlich, wenn sie zum Beispiel sagt: „Liebe Nordkoreaner, es ist normal, persönliche Gedanken und sogar Geheimnisse zu haben, aber eine Diktatur wie die, in der ihr lebt, wird versuchen, eure persönlichsten Gedanken zu kontrollieren.“

Die Otter



Diese ungewöhnliche Form der psychologischen Kriegsführung hält sich hartnäckig bis heute. Weil südkoreanisches Fernsehen im Norden nicht gesehen werden kann, versucht der Süden auf verschiedene Arten, Nachrichten aus der freien Welt in das abgeschottete Land zu tragen: DVDs, USB-Sticks und seit Neuestem kleine Speicherchips mit TV-Serien werden unter Lebensgefahr über China ins Land geschmuggelt. Parallel wirft der Süden auch immer diese grünen Lautsprecher an, die an 21 Stellen an der Grenze aufgestellt sind.

Die Lautsprecher laufen nicht permanent, sondern zwei bis sechs Stunden täglich, aber zu unterschiedlichen Tages- und Nachtzeiten. Ausgestrahlt werden Diskussionen über Demokratie, Nachrichten aus dem Norden und Süden – und der

„Soldaten! Verschwendet nicht eure wundervolle Jugend und rebelliert!“

Wetterbericht. Zwischendurch plärrt der Sänger Psy den weltweit berühmten YouTube-Hit „Gangnam Style“ in die Landschaft („Hey, sexy lady!“). Oder die K-Pop-Band Big Bang singt ihren berühmtesten Song „Bang Bang Bang“. Im Text gibt es ausgerechnet die Zeilen: „Keiner bewegt sich! Ich setze alles in Brand! Ich nehm dich mit. Bang bang bang!“

Der Erfolg dieser Maßnahmen ist umstritten. Von den mindestens 27.000 Flüchtlingen, die es vom Norden in den Süden geschafft haben, gibt es aber einige, die sagen, sie hätten über die Lautsprecher erfahren, wie das Leben außerhalb Nordkoreas aussieht. Zumindest inspiriert worden seien sie von den Meldungen. Cheong Seong-chang, südkoreanischer Wissenschaftler, sagt, dass die Lautsprecher dem Norden ein Dorn im Auge sind, aber nicht wegen der Dörfer in Grenznähe. „Es geht vor allem um die Moral der Soldaten, die an der Front eingesetzt sind.“ Deshalb spricht die Frauenstimme diese auch mal direkt an: „Soldaten! Verschwendet nicht eure wundervolle Jugend und rebelliert!“

Ursprünglich wurden die Lautsprecher im Jahr 1962 installiert, so argumentiert zumindest der Süden, um ganz ähnliche Lautsprecher aus dem Norden zu übertönen. In den Jahren darauf gab es immer wieder Abkommen, die zeitweise zur jahrelangen Abschaltung führten. Zuletzt wurde eines dieser Abkommen für nichtig erklärt, als 2015 Landminen an der Grenze zwei Soldaten aus dem Süden schwer verletzten. Einer verlor beide Beine. Die Lautsprecher wurden geputzt, wieder angeschlossen und began-

nen erneut, Nachrichten in den Norden zu senden. Der antwortete dieses Mal ebenfalls aggressiv und beschoss einige der Lautsprecher. Der Süden ließ darauf zehn neue zu den ohnehin schon vorhandenen elf aufstellen.

Die sind jedes Mal dann im Einsatz, wenn Kim Jong-un wieder einen Raketentest oder eine andere Provokation gestartet hat. Darüber berichten dann Journalisten, was dem Verteidigungsministerium nicht immer gefällt, weil sie von „Propaganda-Lautsprechern“ schreiben. So ging deshalb vor einiger Zeit ein Schreiben bei sämtlichen Auslandskorrespondenten in Seoul ein mit der Bitte, sie sollten doch bitte die Lautsprecher anders nennen, nämlich: „Stimme der Hoffnung“. Schließlich würden durch diese meterhohen Anlagen Menschen mit den Nachrichten der freien Welt versorgt.

Doch der Diktator wird eben darin auch gern einmal „kindisch“ oder „zurückgeblieben“ genannt. Schließlich bezeichnete der Norden die letzte Präsidentin Südkoreas in seiner Presse regelmäßig als „Hure der USA“. Aber am 38. Breitengrad in Korea sind neutrale Sätze Mangelware. Auch dieser Satz hallte neulich über die Urwaldgrenze: „Kim Jong-uns inkompetentes Regime versucht die Welt mit absurden Lügen zu hintergehen.“

Unter den größten Wirbeltieren, die ungestraft zwischen beiden Grenzen hin- und herwechseln, sind übrigens Otter. Sie gelten als sehr scheu, raubsüchtig – und haben ein sehr gutes Gehör. ←

Als unser Autor das Mausoleum für den „Ewigen Präsidenten“ Kim Il-sung in Nordkoreas Hauptstadt Pjöngjang besuchte, brachen die Menschen um ihn herum plötzlich wie auf Knopfdruck in Tränen aus. Auch eine Form der Propaganda.



Der nordkoreanische Diktator wird von der südkoreanischen Propaganda gern als kindisch und zurückgeblieben bezeichnet. Hier steigt ein Ballon mit einem Plakat in die Luft



Filme,
Bilder und
Artikel
auf
fluter.de

Zieh mal einer an

Der eine diskutiert leidenschaftlich, der andere lässt sein T-Shirt für sich sprechen: „The Future Is Female“ schreiben sich Feministinnen auf die Brust, ein schwarzer US-Künstler, der in Deutschland lebt und wegen seiner Hautfarbe immer wieder mit Vorurteilen kämpft, trägt Shirts mit den Sprüchen „Where can we get some drugs?“ oder einfach „Nigger“, und Muslime, die es leid sind, für Terroristen gehalten zu werden, tragen Shirts wie das oben auf dem Bild. Wir zeigen eine ziemlich politische Modenschau.

Ich krieg die Krise

Die Agentur Burson-Marsteller ist auf Krisen-PR spezialisiert: Sie kommt zum Einsatz, wenn Bohrrinseln in die Luft fliegen, aber auch, wenn Diktatoren ein Imageproblem haben. Propaganda? So würden das die Public-Relations-Spezialisten selber natürlich nie bezeichnen. Sie halten dagegen: Irgendjemand muss die Kommunikation zwischen der Bevölkerung und ungeliebten Unternehmen oder Machthabern ja organisieren. Wir haben uns diesen Job mal genauer angeschaut.

Vorschau

Unternehmer, die mit dem Sammeln von Daten Milliarden verdienen, Arbeiter, die am Existenzminimum leben: Die Ungleichheit bewegt die Menschen, und viele fragen sich, wie sich der Reichtum gerechter verteilen lässt? Nun kann man Reichtum nicht nur in Geld bemessen: kulturelle Schätze und Erfahrungen tragen ebenso dazu bei, Menschen zu bereichern. Wir wollen im nächsten Heft den Blick erweitern und nicht nur auf Geldvermögen schauen, sondern auch auf andere Formen von Reichtum. Wir wünschen euch bereichernde Ferien.

IMPRESSUM

fluter – Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung

Ausgabe 63, Thema Propaganda, Sommer 2017
Herausgegeben von der Bundeszentrale für politische Bildung (bpb)
Adenauerallee 86, 53113 Bonn
Tel. 0228/99515-0

Redaktion

Thorsten Schilling (verantwortlich/
Bundeszentrale für politische Bildung/
schilling@bpb.de),
Oliver Gehrs (redaktionelle Koordination)

Bildredaktion

Carmen Brunner

Artdirektion und Design

zmyk/Jan Spading

Mitarbeit

Nik Afanasjew, Michael Brake, Fabian Dietrich, Juliane Frisse, Sara Geisler, Jan Ludwig, Stefanie Kara, Sören Kittel, Bernd Kramer, Marius Münstermann, Natascha Roshani, Fabian Scheuermann, Ann-Kristin Schöne

Dokumentation

Kathrin Lilienthal

Korrektorat

Tina Hohl, Florian Kohl

Redaktionsanschrift/Leserbriefe

fluter – Magazin der Bundeszentrale für politische Bildung,
DUMMY Verlag, Torstraße 109, 10119 Berlin,
Tel. 030/300230-233, Fax -231, post@fluter.de

Redaktionelle Umsetzung

DUMMY Verlag GmbH, Torstraße 109,

10119 Berlin

ISSN 1611-1567

Bundeszentrale für politische Bildung

info@bpb.de

www.bpb.de

Abonnement & Leserservice

ssm system service marketing gmbh

Im Auftrag der Bundeszentrale für politische Bildung

Dudenstraße 37-43, 68167 Mannheim

Tel. 0621/33839-38, Fax 0621/33839-33

abo@heft.fluter.de

Kostenloses Abo bestellen, verlängern oder abbestellen

www.fluter.de/abo

abo@heft.fluter.de

Nachbestellungen

Publikationsversand der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb, Postfach 501055,

18155 Rostock

Fax 038204/66-273,

www.bpb.de/shop

Nachbestellungen von fluter werden von

1 kg bis 20 kg mit 5 Euro kostenpflichtig.

Druck

Ernst Kaufmann GmbH & Co. KG, Druckhaus

Raiffeisenstraße 29, 77933 Lahrbach

Tel. 07821/945-0, info@druckhaus-kaufmann.de

www.druckhaus-kaufmann.de

Bildnachweise

S. 2 Anniken & Andreas/The Noun Project;

S. 3 Sandra Ratkovic; S. 4 Kursat Bayhan/

Zaman via AP/picture alliance/dpa, Klimentyev

Mikhail/picture alliance/dpa, Stefan Kopetzky/

picture alliance/dpa; S. 5 NASA; S. 6-7 Thomas

Hesterberg/Süddeutsche Zeitung Photo; S. 8

picture alliance/AP Photo, Twitter, Robert

Capa/The International Center of Photography/

Magnum Photos/Agentur Focus; S. 9 ullstein

bild/Heritage Images/Fine Art Images, ullstein

bild/Süddeutsche Zeitung Photo / Scherl; S.

10-11 laif; S. 11 Thomas Dworzak/Magnum Photos/

Agentur Focus; S. 12 Irfan Khan/Polaris/laif;

S. 13 Greater Than Fear/Ridwan Adhams/Shepard

Fairey; S. 16/18 Yuri Kochetkov/AFP/Getty

Images; S. 19 Robert Havemann Gesellschaft

(BSTU-Kopie)/jugendopposition.de; S. 20 picture

alliance/Photoshot; S. 22 picture alliance/

abaca; S. 23 picture alliance/APA/picturedesk.

com; S. 25 Imaginechina ICC/picture alliance/

dpa; S. 26-27 Frank Höhne; S. 28 Istockphoto; S.

29 Yves Gellie/Picturetank/Agentur Focus; S. 30

Michael Prince/Getty Images; S. 32-33 picture

alliance/AP Photo; S. 34 picture alliance/AP

Photo; S. 37 The Heartfield Community of Heirs

/ VG Bild-Kunst, Bonn 2017; S. 38 Schellhorn/

ullstein bild; S. 42-43 Robin Hammond/NOOR/

laif; S. 44 NS Dokumentationszentrum München/

Sammlung Wolfgang Haney; S. 45 OFF/AFP/Getty

Images; S. 46-47 ADN-Bildarchiv/ullstein bild,

Hulton-Deutsch Collection/CORBIS/Corbis via

Getty Images; S. 48 picture alliance/dpa; S. 49

picture alliance/CPA Media, Jun Michael Park/

laif; S. 50 Markus Kirchgessner/laif

Die letzte Seite im Heft ist die erste Seite im Netz



Schreibtiisch von Thomas Gaßner

Wie sieht's denn bei dir aus?
Schick ein Bild an meinzimmer@fluter.de