

# PROPAGANDA IN ZEITEN VON INTERNET UND SOZIALEN MEDIEN

Mit Propaganda wird versucht, die öffentliche Meinung zu manipulieren und in eine dem Propagandisten gewollte Richtung zu lenken. Der Begriff hat seit dem Zweiten Weltkrieg eine negative Bedeutung, besonders weil Propaganda im Nationalsozialismus und Stalinismus sehr wichtig war. In Zeiten des Internets hat Propaganda weiter an Brisanz gewonnen.

## Charakteristika von Propaganda



**Zentrale Merkmale:** Einseitige Darstellung, Vermischung von Information und Meinung, manchmal eine emotional aufgeladene Darstellung

**Günstige Rahmenbedingungen:** Fehlen einer pluralistischen Medienlandschaft; Möglichkeit, die Propagandanachricht in verschiedenen Medien (wiederholt) zu platzieren

**Zweck:** Manipulation von Lesern, Hörern und Zuschauern

### Beispiel 1: Irakkrieg 1991

Am 28. August 1990 wurde Kuwait durch den Irak annektiert. Ab dem 16. Januar 1991 begann eine Koalition mit Kampfhandlungen zur Befreiung des Staates – angeführt durch die USA und legitimiert durch die Resolution 678 des UN-Sicherheitsrats.

„Immer wieder war während der Kampfhandlungen auch vom ‚chirurgischen‘ und ‚sauberen‘ Krieg die Rede. [...] Auf den zahlreichen Pressekonferenzen zeigte das amerikanische Militär Videoaufnahmen von Raketen, die präzise in Gebäude oder feindliche Militärfahrzeuge einschlugen oder Aufnahmen von lasergelenkten Bomben. [...] Der Krieg sah auf dem Fernsehbildschirm plötzlich aus wie ein Computerspiel.“

Quelle: Bundeszentrale für politische Bildung: Geschichte der Kriegspropaganda, www.bpb.de > Gesellschaft > Medien > Krieg in den Medien > Kriegspropaganda > Geschichte der Kriegspropaganda, 1. Oktober 2011

### Beispiel 2: Russland-Ukraine-Krise

Mit einem pro-europäischen Volksaufstand vertrieben ukrainische Bürger im Februar 2014 Präsident Viktor Janukowitsch von der Macht. Daraufhin annektierte Russland die ukrainische Halbinsel Krim. Dann kam es in der Ost-Ukraine zum Krieg: Pro-russische Separatisten riefen eine Volksrepublik aus. Es kam zu andauernden Kämpfen zwischen der ukrainischen Armee und den Separatisten, die von Russland unterstützt wurden.

„Die Ukraine würde bald einen neuen 1000-Hrywnja-Schein in Umlauf bringen, so berichtete der russische Staatssender ‚Rossija-1‘ im Januar 2015 in den Abendnachrichten. Auf dem Bildschirm erschien in diesem Augenblick ein zukünftiger Schein mit der Abbildung von Adolf Hitler. Eine plumpe Photoshop-Manipulation, wie sich herausgestellt hat. Propaganda-Lügen dieser Art waren insbesondere in den Jahren 2014–2015 weit verbreitet und haben zum Ziel, das Nachbarland als vermeintlich ‚faschistisch‘ darzustellen und ‚Freiwillige‘ in Russland für die Kämpfe im Donbas zu mobilisieren.“

Quelle: Rossija-1 (staatliche russische Sendeanstalt): Vesti (Nachrichten), 20:00 Uhr vom 12. Januar 2015, übersetzt, zusammengefasst und kommentiert von Juri Durkot, freier Journalist, Lemberg/Ukraine am 7. September 2017

**Gruppenarbeit/Plenum:** Analysieren Sie in zwei Gruppen die beiden Beispiele unter Einbeziehung der Merkmale von und Rahmenbedingungen für Propaganda aus dem Infokasten oben und erklären Sie im Plenum, was Zweck, Mittel und Folge der Propaganda war.

## Propaganda und Internet

Im Internet und insbesondere in den sozialen Netzwerken kann sich Propaganda vielfach verbreiten. Durch Teilen und Liken streuen Nachrichten jedweder Art in einem Maße, wie es in den herkömmlichen Medien nicht möglich wäre. Verfasser können anonym bleiben. Hinzu kommt der Rückgang der Bedeutung traditioneller Medien. Heutzutage „informieren“ sich manche Menschen eher oder gar ausschließlich über Beiträge in sozialen Netzwerken wie Facebook oder Twitter.

**Plenum:** Stellen Sie mit zwei Schaubildern dar, wie sich Propaganda in herkömmlichen Medien und im Internet verbreiten kann. Erläutern Sie – auch unter Berücksichtigung der aktuellen Nutzungsgewohnheiten vieler Menschen – was das für die jeweilige Wirkung bedeuten kann.

## Sicherheitspolitische Folgen von Propaganda

„In modernen Konfliktszenarien setzen Angreifer auf eine Kombination aus klassischen Militäreinsätzen, wirtschaftlichem Druck, Computerangriffen bis hin zu Propaganda in den Medien und sozialen Netzwerken. Dieses Vorgehen wird auch als ‚hybride Taktik‘ oder ‚hybride Kriegsführung‘ bezeichnet. Ziel der Angreifer ist es, nicht nur Schaden anzurichten, sondern insbesondere Gesellschaften zu destabilisieren und die öffentliche Meinung zu beeinflussen. Offene pluralisti-

sche und demokratische Gesellschaften bieten hierfür viele Angriffsflächen und sind somit leicht verwundbar. Das Besondere an der hybriden Kriegsführung ist die Verschleierungstaktik. Die Täter operieren entweder anonym oder bestreiten Beteiligungen an Vorfällen und Konflikten. [...] Wenn es keinen eindeutigen Angriff oder Angreifer gibt, fällt die Gegenwehr schwer. Unberechenbarkeit wird zur Waffe. [...] Aus diesem Grund ist der Cyber-Raum ein bevorzugter Operationsraum hybrider Akteure. Angriffe aus dem Internet sind leicht zu tarnen. Der Fokus von Cyber-Angriffen liegt meistens auf der Beeinflussung der öffentlichen Meinung: Von der gezielten Steuerung von Diskussionen in sozialen Netzwerken bis hin zur Manipulation von Informationen auf Nachrichtenportalen. Eben hier liegt auch der größte Unterschied zwischen der hybriden und der traditionellen Kriegsführung: Mithilfe des Internets und ganz besonders der Sozialen Medien kann ein Aggressor so große Verwirrung stiften, wie es in dieser Form bisher nicht möglich war.“

Quelle: Bundesministerium der Verteidigung: Was sind hybride Bedrohungen?, www.bmvg.de > Themen > Sicherheitspolitik > Hybride Bedrohungen, gekürzt

**Partnerarbeit/Plenum:** Vergleichen Sie die traditionelle und die hybride Kriegsführung: Erörtern Sie Vorgehen und Konsequenzen der Angreifer und überlegen Sie, was das für einen Konflikt- oder Kriegsfall bedeuten könnte. Präsentieren Sie Ihre Ergebnisse und Überlegungen im Plenum.