

III. GLOBALE INFO-RECHTE

Jeder hat das Recht auf Meinungsfreiheit und freie Meinungsäußerung; dieses Recht schließt die Freiheit ein, Meinungen ungehindert anzuhängen sowie über Medien jeder Art und ohne Rücksicht auf Grenzen Informationen und Gedankengut zu suchen, zu empfangen und zu verbreiten.

Artikel 19, Allgemeine Erklärung der Menschenrechte

Die Informatisierung der Gesellschaften wirkt sich maßgeblich darauf aus, was unter Begriffen wie „Information“ oder „Öffentlichkeit“ verstanden werden kann. Grundrechte wie „Recht auf Information“ und „Freiheit des Ausdrucks“ gewinnen eine neue Bedeutung. Den erweiterten Möglichkeiten der Informationsbeschaffung und der Kommunikation stehen neue Technologien der Desinformation, der Verschleierung und der Verfälschung gegenüber. Informatisierte Gesellschaften bergen daher auch neue Konfliktpotenziale, denn die Vorstellung einer „transparenten Gesellschaft“, in der das Wissen stets weiter wächst und sich verbessert, verschleiert viele der Gefahren, denen die Informationsfreiheit und die öffentliche Sphäre ausgesetzt sind. Bestrebungen, der technischen Aushöhlung der liberalen Rechtsordnung etwas entgegenzusetzen, setzen daher häufig an den Menschenrechten an und versuchen, diese unter Berücksichtigung der sozialen und kulturellen Dimension der neuen Medien weiterzuentwickeln („digitale Menschenrechte“). Denn die Grunddokumente der Menschenrechte stammen, wie im Fall der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte (1948) und der Europäischen Menschenrechtskonvention, aus der „vordigitalen“ Epoche und können den zahlreichen neuen Möglichkeiten ihrer Verletzung, welche die neuen Technologien eröffnen, kaum etwas entgegensetzen. Globale Inforechte betreffen aber nicht nur den Schutz vor Übergriffen auf die Person, sondern auch positive Normen wie das Recht auf freie Kommunikation oder das Recht auf Bildung, die in einer von Überwachung, Zensur und Kommerzialisierung bedrohten Infosphäre von wachsender Bedeutung sind. Im Kampf um derartige Rechte spielt nicht nur der Staat eine Rolle. Vor allem im zivilgesellschaftlichen Bereich ist eine bunte Szene des Medienaktivismus entstanden, die die Inforechte mit jenen neuen und kreativen Methoden, die innerhalb der neuen Technologien selbst möglich werden, artikuliert und einfordert.

3.1 Zensur

Neue Möglichkeiten und Gefahren

Redefreiheit ist nicht synonym mit uneingeschränkter Meinungsäußerung. Selbst in der günstigsten Situation ist die Möglichkeit der Meinungsäußerung eingeschränkt: durch den Ort, an dem man sich befindet, durch die Mittel, die man benutzt, um sich Gehör zu verschaffen, durch Unvermögen, durch Ignoranz, durch das, was andere sagen, durch Furcht vor den Folgen einer ungezwungenen Äußerung.

Zensur

Über Einschränkungen der freien Meinungsäußerung zu sprechen kommt daher dem Sprechen über Zensur, der aufgezwungenen Einschränkung von Meinungsäußerung, gleich. Sich eine lebhafte demokratische Gesellschaft vorzustellen – eine Gesellschaft, die zu freier Meinungsäußerung ermutigt – bedeutet, sich eine blühende Vielfalt von notwendigerweise miteinander im Konflikt befindlichen Meinungen vorzustellen, die in einem lebendigen Diskussionsprozess im öffentlichen Raum verhandelt werden. Das ist Teil dessen, worauf das Versprechen der Demokratie hinausläuft – eine Gesellschaft, die ihren Prinzipien und der Loyalität ihrer Mitglieder vertraut.

Keine Gesellschaft – weder in der Vergangenheit noch in der Gegenwart – ist gänzlich ohne Zensur. Nicht nur autoritäre Regimes, auch demokratische Gesellschaften sind nicht frei von Versuchen, Veröffentlichung und Verbreitung bestimmter Informationen zu unterbinden.

Zensur in der Geschichte

In Europa war die katholische Kirche jahrhundertlang die maßgebliche Wahrheitsinstanz. Dementsprechend findet man in ihrem Umkreis die ersten zielgerichteten Zensurprojekte. So hat etwa das Konzil von Paris (1210) die Behandlung mancher Schriften des Aristoteles in der Lehre wegen ihrer materialistischen Tendenzen verboten. Im 16. Jahrhundert, kurze Zeit nach der Erfindung des Buchdrucks, die Bücher auch Menschen außerhalb der von der Kirche kontrollierten Gesellschaftsbereiche zugänglich machte, publizierte die katholische Kirche eine schwarze Liste von Werken, die nicht gelesen werden durften: den *Index librorum prohibitorum*. Neben den Luther-Bibeln und anderen religiösen Schriften nannte das Dokument Hunderte von Autoren, deren Ideen als subversiv galten. Der Index wurde erst vom Zweiten vatikanischen Konzil (1962–1965) abgeschafft.



„Verzeichnis der verbotenen Bücher“ der katholischen Kirche (1564)

© Michael Scheifer

Von staatlicher Seite war seit der Herausbildung des modernen Staates im 17. Jahrhundert am Beginn vor allem das Theater wegen seiner Breitenwirkung und seiner Ironie ein häufiges Zensurobjekt. In den darauf folgenden Jahrhunderten betraf die staatliche Zensur jede Form von Publikation: Bücher, Zeitungen, Kunstwerke, denn die subversive Wirkung eines freien Diskurses war den Herrschaftshäusern bekannt. Die Zensur wurde eigens dafür geschaffenen Behörden übertragen, die vielfach die öffentliche Meinung nahezu vollständig kontrollierten. Als besonders eifriger Zensor tat sich der österreichische Fürst Metternich (1773–1859) hervor, der nichts unversucht ließ, die revolutionären Bestrebungen des 19. Jahrhunderts zu unterdrücken, und u. a. dafür sorgte, dass bestimmte Bücher des revolutionsfreundlichen Dichters Heinrich Heine auf den oben genannten vatikanischen Index gesetzt wurden.

So war die Abschaffung der Zensur eine der Hauptforderungen der bürgerlichen Revolutionen Mitte des 19. Jahrhunderts und des Liberalismus. Die ersten Versuche, die freie Rede in positiven Rechtsnormen zu verbriefen, gehen auf diese Zeit zurück. Von wesentlichen inhaltlichen Beschränkungen der Redefreiheit in den Demokratien des 20. Jahrhunderts sind „obszöne“ Veröffentlichungen betroffen, die geeignet sind, die öffentliche Moral zu schädigen, und solche, die die „öffentliche Ordnung und Sicherheit gefährden“. Beschränkungen der Redefreiheit betreffen ferner Publikationen, welche die nationale Sicherheit oder die territoriale Unversehrtheit eines Staates betreffen. Im Kriegs- oder Krisenfall werden daher auch heute noch Zensurapparate klassischer Art mobilisiert, die etwa die Berichterstattung in den Medien betreffen.

Das Recht auf freie Meinungsäußerung ist in den wichtigsten Dokumenten zum Schutz der Menschenrechte verbrieft, sowohl in der „Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte“ der Vereinten Nationen (Artikel 19) wie auch der „Europäischen Konvention zum Schutz der Menschenrechte und Grundfreiheiten“ (Artikel 10)⁶⁴. In demokratischen Gesellschaften wird Zensur auch nicht mehr eingesetzt, um ein Wahrheitsmonopol zu schützen. Moderne Begriffe der Redefreiheit gehen davon aus, dass „die Wahrheit“ nicht empirisch gesichert werden kann, sondern etwas ist, wonach wir in einer Art öffentlichen Diskurses streben, der ein Wesensmerkmal der Demokratie darstellt. Dementsprechend hat neben der behördlichen Zensur das Modell der „Selbstzensur“ an Bedeutung gewonnen: Verlage, Produzenten, Herausgeber verpflichten sich freiwillig, einen bestimmten Normenkatalog zu befolgen. Derartige Normen werden in manchen Fällen katalogisiert und sind einforderbar; aber auch im gesellschaftlichen Bereich im Allgemeinen haben sich Selbstzensur-Strukturen entwickelt, etwa in Form der „politischen Korrektheit“.

64 <http://www.uno.de/menschen/menschenrechte/UDHR.htm> bzw. http://www.amnesty.de/rechte/f_emrk.htm

Zensur

Dieses Abwandern von Zensur aus den behördlich-institutionellen Strukturen hinein in den gesellschaftlichen, den wirtschaftlich-technischen Bereich hat mit der Verbreitung der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien eine neue Dynamik gewonnen. Maßnahmen zum Schutz des geistigen Eigentums, Codes, Zugänglichkeit und Leistungsfähigkeit der Kommunikationsmittel sind Faktoren, die im Zusammenwirken mit anderen die Wirkung zensurähnlicher Strukturen haben können. Die Bekämpfung von Zensur kann sich daher nicht allein auf behördlich verhängte Maulkörbe konzentrieren, sondern muss das Gesamtpanorama der gesellschaftlichen und technischen Entwicklungen im Auge behalten.

Die Privatisierung der Zensur

Die Überzeugung, dass globale Datennetzwerke die lang ersehnte Arena für unzensurable Meinungsäußerung bieten, ist nach wie vor weit verbreitet. In gewisser Hinsicht trifft sie auch zu, denn durch die Verfügbarkeit des Internets ist es in vielen Fällen schwieriger geworden, zentralistisch definierte kulturelle und rechtliche Normen aufrechtzuerhalten. Geographische Nähe und territoriale Grenzen erweisen sich als weniger relevant, da die Verfügbarkeit eines Dokuments nicht dadurch beeinflusst wird, ob es auf einem persönlichen Desktop oder auf einem Server ein paar tausend Kilometer entfernt gespeichert ist. Es gibt kein internationales Abkommen zur Regulierung von Internetinhalten. Ob Menschenrechtsorganisationen oder Neonazis, alle können im Netz Einschränkungen der Redefreiheit umgehen. Einer einzelnen Behörde oder Organisation ist es kaum mehr möglich, allgemein verbindliche Regeln und Normen festzusetzen. Daher kann das Netz als öffentliche politische Arena, in der freie Meinungsäußerung möglich ist, angesehen werden.

Diese ambivalente Freiheit ist die Konsequenz des technischen Aufbaus des Netzes. Letzterer ist jedoch nicht unveränderlich vorgegeben, wie Lawrence Lessig in seinem Buch *Code und andere Gesetze des Cyberspace* deutlich gemacht hat. Denn ursprünglich erlaubte das Netz ein relativ hohes Maß an gesicherter Privatsphäre und Kommunikation und wurde von niemandem direkt kontrolliert. Aber nun beginnt sich die Struktur zu ändern, und die unsichtbare Agora im elektronischen Raum ist gefährdet. Sogar demokratisch gewählte Regierungen und selbst Konzerne führen neue Technologien ein, um Benutzer zu identifizieren, zu überwachen und zu verfolgen sowie Inhalte zu identifizieren und gegebenenfalls den Zugang zu blockieren. Lawrence Lessig: „Wo immer sie kann, versucht die Unterhaltungsindustrie, das Internet in ihr eigenes Geschäftsmodell hineinzupressen und eine perfekte Kontrolle der Inhalte zu erreichen. Von Musik über Film bis zu Fernsehen steht die Industrie dem ursprünglichen Design des Netzes entgegen. Es ging um den freien Fluss von Inhalten; Hollywood aber will die perfekte Kontrolle.“⁶⁵

65 <http://www.thestandard.com/article/display/0,1151,10885,00.html>

1995 lenkte ein Präzedenzfall die Aufmerksamkeit auf die unklare (rechtliche) Situation bezüglich illegaler und „schädlicher“ Inhalte im Internet. Am 11. November durchsuchten Beamte der deutschen Staatsanwaltschaft das Büro von Compuserve Germany, einer Tochtergesellschaft eines international operierenden Internet-Providers, weil die Firma verdächtigt wurde, Zugang zu Kinderpornographie ermöglicht zu haben. Als Folge davon blockierte die Firma Compuserve für all ihre Kunden den Zugang zu mehr als 200 Newsgroups, in deren Namen „Sex“ oder „schwul“ vorkam. Am 26. Februar 1997 wurde Felix Somm, der Geschäftsführer von Compuserve Germany, der Komplizenschaft bei der Verbreitung von Kinder- und Tierpornographie in Newsgroups beschuldigt. Im Mai 1998 wurde er zu einer Gefängnisstrafe von zwei Jahren verurteilt, die gegen Kautionsaussetzung wurde. Das Urteil wurde durch den Beweis gerechtfertigt, dass Compuserve Germany den Zugang zu den Servern ihrer amerikanischen Muttergesellschaft ermöglicht hatte, auf denen Kinderpornographie abgelegt war. Felix Somm wurde für den Zugang zu verbotenen Inhalten, von denen er nichts wissen konnte, zur Rechenschaft gezogen.

Nach dem Scheitern des *Communications Decency Act* (CDA) übertrug die US-Regierung die Verantwortung auf die Industrie, die zur Selbstzensur aufgefordert wurde. Der Industrie, der der Fall Compuserve noch frisch im Gedächtnis haftete, kam diese Entscheidung äußerst gelegen, denn genau genommen führt diese Selbstregulierung nicht zu einer Kontrolle des Verhaltens der Content-Produzenten, sondern läuft vielmehr auf eine verstärkte Kontrolle des Nutzerverhaltens hinaus. Die Nutzer erleben durch „Ratings“, Filtern und Blockieren von als anstößig betrachteten Inhalten eine Einschränkung, da sie auf diesen Prozess selbst nicht direkt Einfluss nehmen können. Ebenso versucht die Industrie zu zeigen, dass technische Lösungen legislativen vorzuziehen sind und will dadurch sicherstellen, dass sie für illegale, anstößige oder schädliche Inhalte nicht verantwortlich gemacht werden kann.

Tatsächlich ist Selbstregulierung eine durch die Internetindustrie privatisierte Zensur, die durch Konzerne und Think-Tanks des rechten Flügels vorangetrieben wird. Und die Zensur ist zum Geschäft geworden: „Das Aufheben von Wettbewerbsbeschränkungen hat die Anliegen der Redefreiheit keineswegs weitergebracht. Die Privatisierung des Cyberspace vollzieht sich vielmehr parallel zur Einführung einer strengen Zensur.“⁶⁶ Diese Privatisierung der Zensur intensiviert natürlich die Wirkung jener Zensurmaßnahmen, die von Regierungen bereits eingeführt wurden. Nach einem Bericht des New Yorker *Freedom House* über Internet- und Pressefreiheit⁶⁷ gibt es zahlreiche Länder, die den Internetzugang ganz oder weitgehend kontrollieren. Dazu gehören zum Beispiel

66 Richard Barbrook, Andy Cameron: The Californian Ideology, www.wmin.ac.uk/media/HRC/ci/calif.html

67 <http://216.119.117.183/pfs2001/pfs2001.pdf>

Zensur

Algerien, Angola, Aserbaidshan, Bahrain, China, Kongo, Kuba, Äthiopien, Kasachstan, Kenia, Laos, Russland, Sierra Leone, Sudan, Surinam, Swasiland, Tadschikistan und Turkmenistan.⁶⁸

Zensierte Links

Das World Wide Web besteht aus Dokumenten, die miteinander verlinkt sind und die auf diese Weise den Zugang zu anderen Dokumenten erlauben. Ein Wissenschaftler kann so beispielsweise einen Beitrag zum Gebrauch von rassistischer Propaganda während des Zweiten Weltkrieges im Netz publizieren und dabei zur Dokumentation und Veranschaulichung Links zu Neo-Nazi-Websites anführen. Er heißt die neo-nazistischen Pamphlete damit nicht gut, will seinen Lesern aber einen Eindruck von der Brisanz und Aktualität der Materie vermitteln. Nach deutschem und Schweizer Recht könnte diese Handlung aber inkriminiert werden, ohne dass damit illegale Absichten verbunden gewesen wären.

Von seiner Website hat Thomas Stricker, Direktor des Instituts für Computersysteme an der ETH Zürich, auf eine antirassistische Website gelinkt, die wiederum rassistische Inhalte verlinkt, um auf die Schwierigkeiten aufmerksam zu machen, mit denen eine rechtliche Kontrolle des Netzes konfrontiert ist. Die Schweizer Behörden beschuldigten Stricker einer verbrecherischen Handlung.⁶⁹

Online-Zensur bekämpfen

Den verstärkten Bemühungen von Regierungsbehörden, Konzernen und Copyright-Agenturen, die Redefreiheit im Netz einzuschränken und zu regulieren, stehen Bemühungen gegenüber, Mittel für anonyme und unzensierte Kommunikation zu entwickeln. Beispiele hierfür sind nichtkommerzielle Technologien wie Freenet (<http://freenet.sourceforge.net>) und Publius (<http://publius.cdt.org>). Diese Technologien zerlegen die Inhalte in Einzelteile und legen diese auf mehreren verschiedenen Servern ab. Wenn eine Datei angefragt wird, werden die verschiedenen Teile wieder zusammengesetzt. Auf diese Weise sind diese Systeme zur Publikation im Web gegenüber Zensur hochgradig resistent und versorgen die Autoren mit einem relativ hohen Maß an Anonymität.

Anonymität

Das Recht auf Anonymität ist in der Informationsgesellschaft von besonderer Bedeutung. Sie bildet einen Aspekt der Wahrung der Privatsphäre, die für eine offene, demokratische Gesellschaft eine allgemeine Voraussetzung ist. Anonymität bietet eine Mög-

68 Ausführlichere Informationen dazu im World Report 2001 von Human Rights Watch: www.hrw.org/wr2k1/.

69 Florian Rötzer: Strafverfahren gegen ETH-Professor wegen Links zu rassistischen Websites, www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/te/5832/1.html

lichkeit, der Zensur auszuweichen. Dies hat sich seit den frühen Zeiten des Buchdrucks bis in die Gegenwart nicht grundlegend geändert; gewandelt haben sich vielmehr die entsprechenden Technologien.

In der europäischen Geschichte gibt es eine lange Tradition anonymer Publikationen. Verfasser erotischer Literatur oder auch politischer Pamphlete zogen es vor, unter Verwendung von Pseudonymen oder anonym zu publizieren. Während der Aufklärung wurden Werke wie die berühmte Enzyklopädie von d'Alembert und Diderot heimlich gedruckt und vertrieben. Manchmal ist Anonymität auch eine wichtige Voraussetzung für die Sicherheit von berichterstattenden Journalisten oder Regimekritikern, wenn es beispielsweise um Menschenrechtsverletzungen geht. Anonymität im Netz steht aber dem Wunsch von Konzernen und Online-Shops entgegen, ihre Kunden ganz genau zu kennen, ebenso wie der polizeilichen und geheimdienstlichen Überwachungslust. Was euphemistisch als „Kundenbeziehungsmanagement“ bezeichnet wird, steht in Wirklichkeit für das Sammeln, Auswerten und Analysieren von persönlichen Daten der Netzbenutzer. Doch gibt es im Netz immerhin einige Möglichkeiten, anonym zu bleiben. Websites wie www.anonymizer.com verwischen die Spuren, die Nutzer auf den besuchten Sites hinterlassen, während Re-Mailer-Dienste bei E-Mails den Header entfernen, was es schwierig macht, den Absender zu identifizieren. Ein kostenloser Re-Mailer-Dienst wird u. a. von der *Global Internet Liberty Campaign* angeboten.⁷⁰

3.2 Online-Aktivismus

Bei der Verteidigung dieser Rechte gehörten Nicht-Regierungs-Organisationen (Non-governmental Organizations, NGOs) und Aktivisten zu den ersten, die neue Informations- und Kommunikationstechnologien für ihre Zwecke entdeckten. Bereits zu Beginn der 80er Jahre begannen Organisationen und Einzelpersonen aus so unterschiedlichen Bereichen wie dem Umwelt- und Datenschutz oder den Menschenrechten digitale Medien zu nutzen, um auf ihre Anliegen aufmerksam zu machen. So wanderten einerseits bereits bestehende Gruppen ins Internet und verwendeten dies als Ergänzung ihrer Offline-Aktivitäten; andererseits formierte sich eine Szene, die – teils



Medialounge, Portal für Netzkulturinitiativen

© Medialounge

⁷⁰ www.gilc.org/speech/anonymous/remailer.html

Online-Aktivismus

auf einer experimentellen und künstlerischen Ebene – anfang, die Möglichkeiten und Grenzen der digitalen Welt im Hinblick auf die Kommunikation der ihnen wichtigen Themen auszuloten. Dabei transferierten sie Techniken aus dem Offline in den Onlinebereich, experimentierten aber auch mit den Gegebenheiten und der Struktur von Informationstechnologien und entwickelten völlig neue Strategien. Durch den Einsatz dieser gelingt es ihnen auch immer wieder, ein Bewusstsein für aktuelle Probleme zu schaffen und deren Behandlung durch die Politik durchzusetzen.

Die Geschichte des Online-Aktivismus zeigt, dass das Netz nicht auf die Funktion eines Kommunikationswerkzeuges beschränkt ist, sondern auch eine eigene soziale Sphäre umfasst, die jedoch nicht losgelöst von unserem „Offline-Leben“ existiert. Heute haben Aktivisten, die Menschenrechtsverletzungen aufdecken, Ungerechtigkeiten zur Sprache bringen oder auf Umweltschäden aufmerksam machen, immer weniger Berührungsängste mit der Technik. Wie die Konzerne und Regimes, die sie kritisieren, verwenden sie modernste Informations- und Kommunikationstechnologien.

Moderne Informations- und Kommunikationstechnologien haben die Bedingungen für die Verfechter von Veränderung offensichtlich verbessert. Basisinitiativen in den Vereinigten Staaten nutzen seit den 1980er Jahren globale Datennetzwerke, aber erst mit dem World Wide Web wurde das Netz zu einem nützlichen Werkzeug für Online-Aktionen auf globaler Ebene: globale Daten-Netzwerke sind von bloßen Kommunikationsmitteln zu globalen Aktionsfeldern geworden.

Initiativen und Basisorganisationen, die über das Netz Aufmerksamkeit für bestimmte Anliegen längerfristig bündeln und auch dazu in der Lage sind, sich in globalen Aktionsnetzwerken zu organisieren, werden zu einer zunehmend wichtigen Kraft. Solidarität mit einer bestimmten Sache kann schnell und einfach signalisiert werden: durch das Setzen von Links zu Kampagnen-Webseiten, durch das Unterzeichnen von Online-Petitionen oder durch das Senden von Protestbotschaften per E-Mail. Das Netz stellt dem Widerstand gegen die Zerstörung der Umwelt, gegen Menschenrechtsverletzungen und gegen vieles andere eine globale Bühne zur Verfügung.



Next 5 Minutes; Internationales Festival für taktische Medienkultur

© Next 5 minutes

Was oft als lokaler Protest anfängt, kann zu einer transnationalen Bewegung werden, wie etwa die Blue-Ribbon- oder die Clean-Clothes-Kampagne. Online organisierte Gruppen rufen zu Demonstrationen auf, übermitteln Hintergrundinformationen, und in den meisten Fällen haben sie das Pyramiden-Modell durch das Netzwerk-Modell ersetzt. „Gegenwärtig entwickelt sich die Netzwerkform rasch zu einer neuen Quelle von Macht – so wie Hierarchien es früher lange Jahre waren“, beschreiben David

Arquilla und David Ronfeldt von der RAND Corporation diesen Trend. Moderne globale Kampagnen stützen sich auf verteilte Macht: Aktionen können gleichzeitig an verschiedenen Orten der Welt stattfinden, und ihr vernetztes Agieren bringt eindeutige Vorteile gegenüber klassischen hierarchischen Organisationsstrukturen.

Rhizomatische Netzwerke

Aktivismus im Netz kann viele Formen annehmen, aber keine davon setzt gewaltsame oder kriminelle Handlungsweisen ein. So konzentrieren sich die Aktivisten beispielsweise darauf, wie *McSpotlight* Hintergrundinformationen über Geschäftspraktiken zur Verfügung zu stellen, oder sie versuchen, breite Unterstützung gegen einen Gesetzesvorschlag zu erhalten, wie z. B. die *Blue Ribbon Campaign* der Electronic Frontier Foundation.⁷¹ Dabei sollte durch das Platzieren eines digitalen Bildes – der nun berühmten blauen Bänder, die in Anlehnung an die roten AIDS-Schleifen geschaffen wurden – auf Websites Widerstand gegen den *US Communications Decency Act*⁷² signalisiert werden. Künstlergruppen wie RTMark imitieren Websites von Organisationen und Personen, und Aktivistengruppen wie die Surveillance Camera Players machen durch Aufführungen vor Überwachungskameras auf die zunehmende Kontrolle öffentlicher Plätze aufmerksam.



Surveillance Camera Players in Aktion

© Surveillance Camera Players

Aktivismus muss sich jedoch nicht notwendigerweise darauf konzentrieren, ein bestimmtes Anliegen zu kommunizieren oder Informationen zu verbreiten. Er kann im Gegenteil auch auf die Unterbrechung des Informationsflusses abzielen. Politische Unterstützer der mexikanischen Zapatistas – diese kämpfen unter anderem für eine Reform der mexikanischen Eigentumsverhältnisse zugunsten von Kleinbauern – organisierten virtuelle Sit-ins, die die Websites von Institutionen, die den sozialen Wandel in Mexiko blockieren, lahm legen sollten.

⁷¹ <http://www.eff.org/br/>

⁷² <http://www.epic.org/cda/>

Online-Aktivismus

Aus all diesen Gründen ist es aber auch naheliegend, dass Regierungen und Konzerne den Online-Aktivismus bekämpfen. So haben Konzerne zum Beispiel Aktionsgruppen infiltriert, gegen ihre Kritiker Gerichtsverfahren angestrengt und falsche Basisinitiativen ins Leben gerufen, die für die Interessen der Konzerne werben.

Kampagnen und Aktionen

Kontroversen auf Gebieten wie genetisch veränderte Lebensmittel oder Atomenergie haben gezeigt, dass ein beträchtlicher Teil der Bevölkerung den „offiziellen“ Nachrichten immer weniger Vertrauen entgegenbringt.

Seit das Netz Möglichkeiten bietet, große Mengen an Information bei geringem Kostenaufwand zu verbreiten, ist eine Gegenöffentlichkeit sichtbar geworden, die eigene, unabhängige Nachrichtensbörsen betreibt und so Alternativen zu den „offiziellen“ Standpunkten bietet. Dabei hat sich jedoch gezeigt, dass erfolgreiche Kampagnen nicht ausschließlich aus Information bestehen können: sie müssen von Aktionen im realen Raum begleitet werden.

McSpotlight

McSpotlight – eine Kampagne gegen die Geschäftspraktiken von McDonald's – hat wahrscheinlich mehr Presse bekommen und mehr Kontroversen ausgelöst als die meisten anderen Internetkampagnen gegen einen multinationalen Konzern. Interessanterweise hat diese globale Online-Kampagne ihren Ursprung in einer lokalen Aktion.

Am 16. Oktober 1985 rief eine Gruppe Londoner Greenpeace-Aktivisten den „Internationalen Aktionstag gegen McDonald's“ (International Day of Action Against McDonald's) aus. 1986 begannen sie, ein Flugblatt zu verteilen, das die Werbepraktiken von McDonald's, die schlechten Arbeitsbedingungen der Angestellten und die Verantwortlichkeit der Firma für die Zerstörung des Regenwaldes und ihre Verletzungen gegenüber dem Tierschutz enthüllte. McDonald's verklagte die Aktivistengruppen (bzw. versuchte sie zu verklagen), die in die Kampagne einstiegen, und die Medien, die über sie berichteten (darunter auch die BBC). Die Londoner Greenpeace-Gruppe wurde wegen Verleumdung verklagt.

Der Ausgang war allerdings nicht im Sinne der Fast-Food-Kette: Das Gericht erkannte auf schuldig wegen Ausbeutung von Kindern durch irreführende Werbemaßnahmen, wegen zu niedriger Löhne, Behinderung gewerkschaftlicher Organisation und Verletzungen des Tierschutzes. Andererseits wurden auch zwei Aktivisten, Helen Steel und Dave Morris, dazu verurteilt, McDonald's ein Bußgeld von 60.000 Pfund Sterling zu zahlen, unter anderem, weil sie nicht genügend Beweismittel aufbringen konnten, die ihre Behauptungen bezüglich der Zerstörung des Regenwaldes und der schlechten Arbeitsbedingungen

bestätigt hätten. Das Verfahren McLibel („McVerleumdung“) ist noch nicht endgültig entschieden. Helen Steel und Dave Morris haben gegen das Urteil Einspruch eingelegt und McLibel, wie Aktivisten und Medien diesen Fall nennen, hat sich zum längsten Gerichtsverfahren in der Geschichte Großbritanniens entwickelt. Zum ersten Mal musste McDonald's einige seiner Geschäftspraktiken in der Öffentlichkeit verteidigen. McLibel wurde von den Medien als die größte PR-Katastrophe der Geschichte bezeichnet.

Helen Steel und Dave Morris richteten 1996 die Website **McSpotlight.org** ein, die sofort enorme Aufmerksamkeit erregte. Was am Anfang nur Hintergrundinformationen über McLibel zur Verfügung stellen sollte, wurde zur prominentesten Website für die Förderung ethischen Konsumverhaltens, mit besonderem Augenmerk auf die Geschäftspraktiken von McDonald's.

Blue Ribbon Campaign

Die Electronic Frontier Foundation (EFF) hat die Gesetzgebung zur Einschränkung der Meinungsäußerung im Internet, wie den *US Communications Decency Act* von 1996 (CDA) oder den *US Child Online Protection Act* von 1998 (COPA),⁷³ erfolgreich bekämpft.

Der Communications Decency Act von 1996 schränkte „unsittliche“ Äußerungen im Internet ein. Gegen diesen ersten Gesetzesentwurf, der Äußerung im Internet stark beschnitt, initiierte die EFF die *Blue Ribbon Campaign*.⁷⁴ Dies hatte zur Folge, dass Hunderttausende von Websites in der ganzen Welt das blaue Band trugen und einen Link auf die Webseiten der EFF setzten, welche wiederum Informationen über die Gesetzgebung zur Zensur und zur Redefreiheit im Internet enthielten. Am 26. Juni 1997 erklärte der Supreme Court das CDA für verfassungswidrig. Die Blue-Ribbon-Seite wurde zu einer der am häufigsten verlinkten Seiten im Internet, die viele Millionen Male aufgerufen wurde.

Imitierte Websites: gatt.org

In den letzten Jahren wurde das Imitieren einer fremden Online-Identität in zunehmendem Maße genutzt, um Aufmerksamkeit auf ein bestimmte Anliegen zu lenken. Imitierte Websites sind zu künstlerischen Aktionen des Widerstandes geworden. RTmark, eine Künstlergruppe aus New York City, hat mit **www.gatt.org** eine der bekanntesten gefälschten Websites (*fakes*) produziert. Es handelt sich um eine perfekte Imitation der offiziellen Website der World Trade Organization (WTO) **www.wto.org**. Die Aufmachung ist die gleiche, der Inhalt besteht allerdings aus kritischen Informationen zu den Aktivitäten der WTO.

⁷³ http://www.epic.org/free_speech/censorship/copa.html

⁷⁴ <http://www.eff.org/br/>

Online-Aktivismus

RTmark und andere machen ihre Opfer lächerlich – internationale Organisationen, Politiker und Konzerne –, indem sie Tatsachen präsentieren, die diejenigen, deren Online-Identität gefälscht wurde, lieber für sich behalten würden. RTmark teilt die Sichtweise von Brecht, dass Kunst sozialen und politischen Wandel unterstützen kann, und setzt Brechts Methode der Verfremdung in der Web-Kunst ein.

Jedoch wäre gatt.org ohne den Beitrag der WTO selbst nicht so berühmt geworden. Nachdem die Imitation bekannt wurde, warnte nämlich der Präsident der WTO eigenhändig in einem Willkommensbrief auf der WTO-Website vor gatt.org, indem er diese als eine Site präsentierte, die Desinformation über die WTO anbiete. Als Antwort darauf imitierten RTmark den Brief, präsentierten gatt.org als die offizielle Website der WTO und nannten den Präsidenten der WTO einen Betrüger – mit dem Ergebnis, dass zahlreiche Journalisten Original mit Fälschung verwechselten und für viele bald überhaupt nicht mehr zu erkennen war, wo Wahrheit und Fiktion einander ablösten. Die Kampagne war außerordentlich erfolgreich: sie führte zu einer weltweiten Diskussion über die Politik der WTO.

Hackivismus

Hacktivisten ändern eigenmächtig und unautorisiert den Inhalt von Websites. Sie fügen zusätzliche Grafiken oder Audio-Dateien ein und hinterlassen Protestnachrichten oder ihre „Tags“ (ihre Unterschrift). Im Allgemeinen wird Hacktivismus sehr kontrovers diskutiert und ist keine breit unterstützte Ausprägung des elektronischen zivilen Ungehorsams. Da Hacktivismus oft von Individuen angewandt, aber nicht von Organisationen unterstützt wird, führt er nicht zu einer Bildung von internationalen Solidaritätsnetzwerken. Jedoch zeigen solche Aktionen die Bandbreite von Möglichkeiten, die einem einzelnen, technisch versierten Individuum im weltweiten Netz offen steht.

Elektronischer ziviler Ungehorsam

In der Tradition von gewaltfreier direkter Aktion und zivilem Ungehorsam machen die Befürworter des elektronischen zivilen Ungehorsams (*Electronic Civil Disobedience*, ECD) Anleihen bei früheren sozialen Bewegungen und ihren Taktiken des unbefugten Betretens und der Blockade und übertragen sie auf das Internet. Eine typische Taktik des zivilen Ungehorsams ist die physische Blockade: eine Gruppe von Menschen blockiert die Eingangswege zu einem Geschäftshaus oder besetzt in einem Sit-in das Büro eines Kontrahenten. Der elektronische zivile Ungehorsam verfährt in ähnlicher Weise im Cyberspace, ruft dort zu dezentralisierten elektronischen Massenaktionen, zu virtuellen Blockaden und Sit-Ins auf, z. B. mittels Überfluten eines Mailservers mit Nachrichten oder Senden von gebündelten Nachrichten über anonymen Re-Mailer. Obwohl diese Formen des zivilen Ungehorsams Websites oder Mailserver nicht völlig lahm legen, lenken sie dennoch Aufmerksamkeit auf eine Angelegenheit und beweisen, dass diese von Tausenden von Menschen rund um den Erdball unterstützt wird.

Anders als der Teilnehmer an einer traditionellen Aktion des zivilen Ungehorsams bietet eine ECD-Aktion Interessierten die Möglichkeit, an virtuellen Blockaden und virtuellen Sit-Ins – solange ein Internetanschluss vorhanden ist – ortsunabhängig teilzunehmen. Das *Electronic Disturbance Theater* ist ein wichtiger Knotenpunkt bei ECD-Aktionen, die in der Vergangenheit u. a. die Regierungen Mexikos und Israels betrafen.⁷⁵

Corporate Anti-Sites

Eine besondere Form der kritischen Meinungsäußerung im Internet hat sich in den letzten Jahren etabliert. Zunehmend werden von Individuen oder Gruppen – zumeist enttäuschten ehemaligen Angestellten oder Konsumenten – sogenannte „-sucks“-Domains registriert. Dabei setzt sich der Domainname aus einem Firmen- oder Markennamen und dem Wort „sucks“ zusammen. Das von den Betreibern derartiger Websites verfolgte Ziel ist es, den Unmut über die Arbeitsverhältnisse oder die Geschäftspraktiken bestimmter Firmen zu kanalisieren und diesen über persönliche Erfahrungsberichte und Diskussionsbeiträge an die Öffentlichkeit zu bringen. Auf Seiten der Betroffenen, die um ihren guten Ruf und Namen fürchten, stößt diese Praxis verständlicherweise auf massiven Widerstand. Um „-sucks“-Sites erst gar nicht entstehen zu lassen, greifen daher viele Unternehmen zur Präventivmaßnahme des „reverse-cybersquatting“ und registrieren zusätzlich zu ihrem offiziell verwendeten Domain Namen auch gleich sämtliche Variationen desselben in der Kombination mit dem Wort „-sucks“. Neben dieser Art und Weise, Probleme mit Anti-Sites zu lösen, hat sich mittlerweile die in der Vergangenheit relativ unklare gesetzliche Lage geändert; sie stellt den Betroffenen nun einen gesetzlichen Rahmen zur Verfügung, der es ihnen erlaubt, vor Gericht gegen die Registratoren von „-sucks“-Domains vorzugehen.

Den ersten Schritt in diese Richtung unternahm 1999 die USA mit ihrem *Anti-Cybersquatting Consumer Protection Act* (ACPA). Dieses Gesetz ermöglicht es, gegen die Registrierung, den Handel oder die Verwendung von Domainnamen, die mit Marken identisch oder diesen täuschend ähnlich sind und unter der Absicht eingetragen wurden, aus dem Warenzeichen Profit zu schlagen, gerichtlich vorzugehen. Ähnliches leistet auf internationaler Ebene die im Januar 2000 eingeführte *Uniform Dispute Resolution Policy* (UDRP) der ICANN. Von den im ersten halben Jahr des Bestehens der UDRP zur Verhandlung gekommenen Fällen wurden jedoch nur zwei von elf zugunsten der Beklagten entschieden. Gleich bei der ersten Verhandlung am 31. Mai 2000 musste Kenneth Harvey, frustrierter Walmart-Kunde, fünf Variationen des Namens Walmart, u. a. „walmartcanadasucks.com“ und „walmartpuertoricosucks.com“, zurückgeben.

⁷⁵ www.thing.net/~rdom/ecd/ecd.html

Information versus Desinformation

3.3 Information versus Desinformation

In freien Gesellschaften können unbeliebte Ideen zum Verstummen gebracht und unbequeme Tatsachen verschleiert werden, ohne dass dazu ein offizielles Verbot nötig wäre.

George Orwell

Die Fülle an Informationen im modernen Alltag führt dazu, dass leicht übersehen werden kann, wie richtig oder falsch Informationen sind. Einerseits wird dadurch der Manipulation Tür und Tor geöffnet, andererseits wird die Freiheit, eigenständig zu denken, stark beeinflusst: die Freiheit, alles erfahren zu können, ist nicht unbedingt synonym mit der Freiheit, dies alles auch verarbeiten zu können. Das Ergebnis ist die Wandlung von Information in Nicht-Information. Das Aufgenommene wird nicht wahr-genommen und daher nicht der Kritik zugänglich. Die dadurch entstehende Lücke kann wiederum für manipulative Zwecke ausgenutzt werden – und wird es je nach Interessenlage von den verschiedensten Akteuren. Das Ergebnis ist eine neue Form der Desinformation: Desinformation durch Überflutung. Dieser Überfluss an Information, oft als Informationsterror bezeichnet, kann auch Desinformation schaffen beziehungsweise bewusst für Desinformation genutzt werden. Das funktioniert, indem das Individuum im Überfluss der Information keine Möglichkeit mehr findet, einen Überblick über verschiedene Ideen zu bewahren.

Generell ist Desinformation nichts Neues, schon gar keine Erfindung, die im Zuge der Entwicklung der neuen Kommunikationstechnologien gemacht worden wäre – durch letztere wird sie nur einfacher durchzuführen und für die Betroffenen schwerer durchschaubar. Dazu trägt auch die Globalisierung bei, die zu einer gewissen Homogenisierung der Nachrichten führt (Nachrichten abseits des Mainstream haben es umso schwerer, überhaupt Verbreitung zu finden). Zwar ändern sich politische und wirtschaftliche Zielsetzungen, die Existenz von Desinformation bleibt dabei jedoch relativ konstant. Quer durch die Geschichte stößt man in allen Kulturen und Regierungsformen auf Desinformation. Ihre Anwendungsgebiete sind ebenso vielfach wie ihre Methoden. Worte sind dazu nicht unbedingt notwendig. Desinformation ist in jedem Kommunikationssystem möglich, sei es mit Lauten, Symbolen, Buchstaben oder mit Hilfe der Körpersprache etc. Fast scheint es, als habe sich Desinformation parallel zur menschlichen Evolution entwickelt, denn sie setzt einen konkreten Willen voraus, den Willen zur Manipulation von Meinung. Als solche ist sie nahezu unersetzlich für die Durchsetzung von Machtinteressen. Daher ist die Hoffnung, sie könnte eines Tages verschwinden, verfehlt – eher dürfte es in einer freien Kommunikationsgesellschaft darum gehen, zu lernen, mit ihr umzugehen, sie aufzudecken und ihr mögliches Auftreten ständig zu reflektieren.

Was ist Desinformation?

Desinformation ist niemals nur die Verbreitung einer einzelnen Nachricht oder Information. Vielmehr machen mehrere – in den meisten Fällen viele – Einzelteile das Puzzle aus, das dazu führt, dass ein neues, bestimmten Interessen entsprechendes Bild entsteht. Eine einzelne Nachricht kann man als wahr oder falsch bezeichnen, doch die Kombination von mehreren Nachrichten bildet ein Geflecht, das die Macht hat, Meinungen langfristig und oft unbemerkt zu beeinflussen. Während eine oder mehrere falsche Informationen, zu denen es unabsichtlich kommt, einfach Falschmeldungen darstellen, basiert Desinformation immer auf Absicht. Es gilt die Zielperson dazu zu bringen, in eine bestimmte Richtung zu denken. Wesentlich ist dabei, dass auch und vor allem das Unbewusste erreicht wird und die betroffenen Personen nichts davon merken bzw. das Gefühl haben, selbständig zu denken und zu agieren.

Das funktioniert am besten, indem die dieses Puzzle dem alltäglichen Denken einverleibt wird, indem eine allgemeingültige oder allgemein bekannte Information, etwas Unspektakuläres, Vertrautes, verwendet wird, um das Vertrauen des Empfängers zu erlangen. Das kann etwa in Form einer quasi-neutralen Nachricht erfolgen. Die Desinformation folgt dann anschließend, in direktem Zusammenhang. Eine Mischung aus Wahrheit, Halbwahrheit und Lüge ist die geeignetste Methode, um eine Desinformation im Denken von Menschen zu verankern – von möglichst vielen Menschen, damit die Desinformation scheinbar Sinn ergibt und sich rentiert. In seinem zuerst 1895 veröffentlichten Buch „Psychologie der Massen“ argumentiert Gustave Le Bon, dass Ideen, die den Massen suggeriert werden, nur dann zur Wirkung kommen können, wenn sie in sehr einfacher Form aufzunehmen sind und sich in ihrem Geist in bildhafter Erscheinung widerspiegeln. So funktioniert nach Le Bons Ansicht die Meinungsbildung auf der Grundlage von einfachen Bildern und Vorurteilen, und die Masse suche daher nach einem Führer, der diese stärkt und vertritt.

Die Verbreitung von desinformierenden Nachrichten hat sich parallel zu den Kommunikationstechnologien weiterentwickelt und stellt sowohl für den Sender als auch für den Empfänger eine Herausforderung dar. Zum einen sind die Möglichkeiten der Manipulation äußerst komplex geworden, andererseits sinkt das Vertrauen in Information mit dem Wissen um diese neuen Möglichkeiten.

Die (Nicht-)Geschichte der Desinformation

Desinformation hat eine Geschichte. Zugleich stellt geschriebene Geschichte selbst eine Desinformation dar oder wird zumindest von desinformierenden Strategien begleitet. Sie kann nicht nur die Gedanken von Menschen verändern, sie kann auch die Geschichte ändern, indem Bedeutung und Interpretation von Ereignissen gezielt verändert werden. Vertrauen und Autorität sind zwei unerlässliche Stichworte in diesem Zusammenhang, denn ohne einen gewissen Grad an Legitimation funktioniert Desinformation

Information versus Desinformation

nicht. Die Menschen brauchen etwas oder jemanden, dem sie trauen können, wenn sie (des-)informiert werden. Desinformation basiert auf dem Faktum, dass jeder Mensch jemandem vertrauen können muss und es darum zumindest partiell auch tut. Insofern muss gerade die Quelle der Desinformation sehr sorgfältig ausgesucht werden. Die Wahl des falschen Mediums oder der falschen Technik für eine bestimmte Personengruppe kann eine Kampagne zum Scheitern bringen.

Geschichtsbücher neigen dazu, die Geschichte der Gewinner zu erzählen: jene der Reichen, der Mächtigen, der Männer, usw. Sie repräsentieren immer nur einen kleinen Teil der Weltgeschichte – sehr oft bleiben die Kriterien der Auswahl dabei obskur. Geschichtsbücher desinformieren, indem sie vorgeben, von vergangenen Zeiten zu berichten. Geschichte hat aber stets mit der aktuellen Wahrnehmung einer Zeit zu tun. Information wird dadurch rasch zur Desinformation – aus aktuellen Interessen heraus. Aber selbst wenn das vielen Menschen bewusst ist, neigen wir doch dazu, mit diesen Unwahrheiten ganz gut zu leben. Das bedeutet wiederum nichts anderes, als dass wir an Desinformation gewöhnt sind; und auch das ist nichts Neues.

Gerüchte sind die Vorfahren der Nachrichten. Sie sind interessant, und sie machen interessant: allem voran jene Person, die das Gerücht verbreitet, und des weiteren jene, die das Gerücht vernehmen. Beide denken, sie wissen etwas, was andere nicht wissen – und dieser Informationsvorsprung macht sie selbst interessant, zumindest für einige wenige Augenblicke, bis das nächste Gerücht verbreitet wird und das Interesse sinken lässt.

So ist die Geschichte der Desinformation eng verbunden mit der Geschichte der Propaganda. Sie stehen in Verbindung miteinander und beeinflussen einander in vielfacher Weise.

Propaganda

Das Wort Propaganda dürfte zum ersten Mal von der katholischen Kirche eingesetzt worden sein, als es im 17. Jahrhundert im Kampf gegen die Reformation benutzt wurde. Neben Worten bilden Symbole das klassische Repertoire der Propaganda. Dazu gehören Wappen, Fahnen, Icons und Farben wie auch Hymnen und Märsche, aber auch Theateraufführungen – eine Tradition, die heute vom Fernsehen fortgeführt wird.

Propaganda funktioniert in vielfältiger Weise, wobei jedoch gewisse Grundzüge konstant bleiben, wie z. B. jener, dass die lancierten Gerüchte oder Nachrichten kurz und prägnant sein müssen. Schlagworte prägen sich dem Gedächtnis ein. Am effektivsten sind die Gerüchte, die genau das aussagen, was die Menschen ohnehin hören wollen. Jacques Ellul hat in den 1970er Jahren auf die Lernfähigkeit des zu beeinflussenden Publikums hingewiesen: das Publikum lernt nicht nur, Propaganda zu erkennen, es kann, im Gegenteil, auch lernen, Propaganda rasch zu verinnerlichen (Ellul 1973: 37).

Der Erfolg politischer Kampagnen hängt nicht zuletzt von der Effizienz der verwendeten Propaganda ab. Das Bestreben, etwas zu verändern – selbst wenn es zum Besseren sein sollte –, ist chancenlos, wenn rund um diese Idee kein besonderes Prestige oder Charisma aufgebaut wird. Eine Prise Desinformation und Propaganda unterstützen solche Bemühungen. Der wesentliche Unterschied zwischen den beiden ist, dass sich Desinformation an die Vernunft wendet, während Propaganda eine hohe emotionale Komponente besitzt.

Die Geschichte der Propaganda

Die Antike

Im antiken Griechenland wurde Desinformation einerseits als geeignete politische Strategie, andererseits als rhetorisches Mittel betrachtet. Die „Überredung“ galt als besondere Form der Kunst (Rhetorik) und Philosophie. Religion spielte dabei eine gesonderte Rolle. Denn bereits den alten Völkern, wie den Griechen der Antike, war bewusst, dass Religion ein herausragender Desinformierer oder Manipulator ist; Prophezeiungen dienten lediglich der Manipulation. Das Wichtige dabei war, die Emotionen – und ganz besonders die Ängste der Bevölkerung – als manipulierendes Mittel zu nutzen. Wenn das Orakel von Delphi verkündete, ein Krieg sei zu führen und würde gewonnen werden, dann war die griechische Bevölkerung dazu bereit, diesen Krieg auch tatsächlich zu führen – jüngste Beispiele belegen, dass sich seit damals nicht viel verändert hat. Lediglich das Orakel wurde inzwischen gegen die mindestens ebenso mächtige Medienberichterstattung ausgetauscht.

Die Römer können zwar nicht als die Erfinder, wohl aber als die Meister der Mythen für politische Zwecke angesehen werden. Unter den frühen Propagandisten waren Julius Cäsar, Augustus und Nero. Cäsar schrieb seine Kriegsberichte mit unglaublicher Übertreibung, z. B. vervielfachte er stets die Anzahl an feindlichen Kämpfern, unterstrich zudem die Barbarei des jeweiligen Feindes und fachte so den Hass der Bevölkerung an. Die große Macht des Augustus, der das Römische Reich einte, wurde erst durch den massiven Einsatz von Propaganda möglich. Im ganzen Reich wurden unzählige Münzen mit seinem Bildnis verteilt. Er verstand, dass verschiedene Kulturen auch verschiedene Symbole brauchen – und dieses Wissen nutzte er für Propagandazwecke. Propaganda wurde im Krieg einerseits als Stimulans für die Soldaten benutzt, andererseits auch, um die Macht des Heeres zu betonen, damit das Volk dem Heer vertraute.

Die Kirche

In den frühen Jahrhunderten des Christentums waren die meisten Menschen Analphabeten. Aus diesem Grund musste die Kirche, die auch als Erfinder des Terminus Propaganda gilt, religiöse Texte, allen voran die Bibel, in Bilder und Symbole übersetzen. Bilder und Legenden der Heiligen stellten sich bald als brauchbare Modelle für die Vermittlung von Dogmen heraus – einfach zu vermitteln und ebenso zu begreifen. Es han-

Information versus Desinformation

delte sich um klassische Propaganda und Desinformation im Namen der Religion. Während der Gegenreformation änderte sich der Einsatz von Propaganda. Sie wurde nicht mehr gegen Feinde von außen, sondern gegen die eigene Bevölkerung instrumentalisiert – gegen Protestanten und ihre Bücher, die auf den Index gesetzt wurden.

Die Folgen der Erfindung des Buchdrucks

Die Erfindung des Buchdrucks und die damit verbundene erstmalige massenweise Verteilung von Information stellte eine für Desinformations- und Propagandazwecke neue Herausforderung dar. Es konnte nun ein wesentlich größeres Publikum erreicht werden – ein Umstand, den sich vor allem die Reformation zunutze machte.

Bald stellten der Hof und die Adeligen fest, dass sich der Buchdruck nicht nur für Propagandazwecke instrumentalisieren ließ, sondern auch für Auflehnung, Rebellion und Kritik an den Herrschenden eingesetzt werden konnte. Berühmt wurden die so genannten „Mazarinaden“ (Flugschriften für und gegen den französischen Kardinal Jules Mazarin, den Nachfolger Richelieus), die Mitte des 17. Jahrhunderts, in ganz einfacher Sprache und allgemein verständlich formuliert, gedruckt und in großer Anzahl verbreitet wurden. Noch heute sind ca. 6.000 Protestschriften aus dieser Sammlung erhalten. Als ab dem späten 19. Jahrhundert Zeitungen in großen Mengen gedruckt wurden, war der Zugang zu Propaganda und Desinformation generell geöffnet. Zeitungen informierten die Massen meist im Sinne der Regierungen – und agierten als Medien der Desinformation, wenn es diesen notwendig erschien (z. B. im Krieg).

Seit dem 19. Jahrhundert wurden Propaganda und Manipulation weltweit von den verschiedensten politischen Ideologien vereinnahmt und verwendet. Zensur, eine wesentliche Form der Desinformation, stellte die einzige Barriere dar. So wurde zuweilen selbst die Quelle einer Nachricht geheim gehalten, was gleichzeitig wiederum zur Desinformation beitrug: Es ist weniger verdächtig, Gerüchte zu verbreiten oder Selbstlob zu lancieren, wenn der eigene Name dabei nicht aufscheint.

Sobald Regierungen durchschaute, welch bequemes und erfolgreiches Mittel Zeitungen als meist unverdächtiges Medium für den Transport von Propaganda darstellten, versuchten sie, diese zu instrumentalisieren. Dafür gab es zwei Wege: Der erste war, eine eigene Zeitung herauszugeben. Nachteil: das Publikum wird von vornherein eingeschränkt, weil nur Anhänger das betreffende Blatt lesen. Die zweite Möglichkeit: Gute Beziehungen zu den Zeitungen mit den meisten Lesern zu unterhalten und zu versuchen, die eigenen Meinungen mit mehr oder weniger großem Druck durchzubringen. Heute wird meist letztere Möglichkeit gewählt. Strategische Verbindungen von Politik und Medienkonzernen, wie jene zwischen CNN und der Regierung der USA im Golfkrieg 1991 oder im Afghanistankrieg 2001/02, werden in einen Anschein von Objektivität gehüllt und bis zur Unkenntlichkeit verharmlost.

Der Erste Weltkrieg

Mit dem Ersten Weltkrieg brach das klassische Modell des Krieges zusammen und mit ihm die gesellschaftlichen Strukturen, auf denen es beruhte: Plötzlich waren es nicht mehr nur Soldaten, die in den Krieg zogen, sondern Krieg wurde fixer Bestandteil des Alltagslebens. Da nun alle involviert waren, änderte sich auch die Bedeutung von Kriegspropaganda. Über Kampagnen wurde nicht mehr kurzfristig entschieden, sondern sie mussten auf Jahre geplant werden. Wer Fehler in der Vorbereitung oder Durchführung machte oder die falschen Schlagworte benutzte, dessen Propagandaversuche gingen ins Leere. Während die Deutschen im Ersten Weltkrieg in ihrer Propagandaarbeit völlig versagten, zeichneten sich die Briten bald als Experten der modernen Propaganda aus und prägten diese.

Die Briten stellten ein einmaliges Propagandasystem zusammen, in das auch die USA und sämtliche britischen Kolonien involviert waren. Verschiedene staatliche und zivile Organisationen arbeiteten zusammen, wobei die Zivilisten nicht immer wussten, woran sie tatsächlich mitarbeiteten. Während der ersten Kriegsjahre lautete das Hauptziel, den Kriegseintritt der USA zu erreichen. Die gesamte Propaganda war darauf ausgerichtet, was bedeutete, dass das eventuell positive Image der Deutschen nicht nur zerstört, sondern vor allem düstere Stereotypen über die Deutschen kreiert und ins allgemeine Denken eingepflanzt werden mussten. Dies wurde durch die in propagandistischer Hinsicht große Ungeschicklichkeit der Deutschen erleichtert. Gleichzeitig musste die Meinung der zivilen US-Bevölkerung zugunsten eines Kriegseintrittes beeinflusst werden. Am besten funktionierte das, indem man sich zuerst der Meinung der Mächtigen im Staate annahm. Eines der beliebtesten Werkzeuge zu jener Zeit war der Gebrauch von *Atrocity Stories* (Gräueltgeschichten); noch beliebter waren Karikaturen in Zeitungen, auf Plakaten und in Filmen.

Die britische Propaganda hatte schlussendlich auch Einfluss auf die deutsche Bevölkerung. Die Soldaten an der Front und die Menschen daheim erhielten desinformierende Nachrichten, meist demoralisierende Pamphlete, die von Flugzeugen oder Ballons abgeworfen wurden. Gemeinsam mit den Ereignissen auf den Schlachtfeldern, die sich gegen die Deutschen entwickelten, gelang es der Propaganda, die Menschen zu entmutigen. In der Folge verlor die deutsche Regierung ihre Macht über die eigene Propaganda und damit die Unterstützung der eigenen Bevölkerung für den Krieg.

Die wahrscheinlich bekannteste britische *Atrocity Story* über die Deutschen im Ersten Weltkrieg war das Gerücht der „Leichenverwertungsfabriken“; damals wurde behauptet, die Deutschen würden aus Leichenteilen Seife produzieren. Eine Geschichte, die sich über Jahre hielt – ohne den geringsten Ansatz von Beweisen zu jener Zeit (Taylor 1995:180).

Information versus Desinformation

Während die britische Propagandainstitution, das so genannte *Wellington House*, heimlich und inoffiziell arbeitete, ging das US-amerikanische *Committee on Public Information* (CPI) öffentlich vor. Seine wichtigste Aufgabe war es, der heimischen Bevölkerung zu vermitteln, warum die USA am Krieg in Europa teilnahmen. Es wurde die Idee verbreitet, es handle sich um einen gerechten Krieg, um einen Krieg, der gekämpft werden müsse, um die Bevölkerung Europas, allem voran die Deutschen, von ihrem politischen System zu befreien. Aus diesem Grunde wurden die Deutschen in zwei verschiedene Gruppen eingeteilt: die eine, Kaiserhaus und Staatsapparat (inklusive Soldaten), wurden als Bestien portraitiert, die andere, das deutsche Volk, wurde als Opfer der ersteren gezeichnet.

Im Krieg kann Propaganda ebenso effizient wirken wie Bomben. Mit Worten allein lässt sich zwar kein Krieg gewinnen, ihn durch Worte oder mangelhafte Propaganda zu verlieren, ist hingegen ein leichtes. Verleumdung bildet ein negativ besetztes, doch essenzielles Propagandawerkzeug, das speziell dafür verwendet wird, den Ruf eines Gegners oder Feindes systematisch zu zerstören. Krieg braucht Propaganda für die Aufrechterhaltung der Moral (Rechtfertigung), für die Soldaten auf den Schlachtfeldern (Unterstützung – es muss ihnen das Gefühl vermittelt werden, dass die Nation hinter ihnen steht und ihre Opfer zu schätzen weiß) und zur Förderung des Nationalismus.

Der Zweite Weltkrieg

Niemals zuvor spielte Propaganda eine so große Rolle wie im Zweiten Weltkrieg. Es kam nun die Erziehung als ganz wesentliches Element der Propaganda hinzu: der Bevölkerung sollte beigebracht werden, wie sie zu denken habe, während Propaganda vorher lediglich zeigen sollte, was man zu denken habe. Jede Kriegspartei gründete zumindest ein Propagandaministerium. Die Briten nannten es das Informationsministerium (*Ministry of Information*; MOI), die USA unterschieden zwischen dem Büro für Strategische Dienste (*Office of Strategic Services*; OSS), dem ersten US-Geheimdienst, und dem Büro für Kriegsinformation (*Office of War Information*; OWI). Die Deutschen schufen bereits 1933 das Reichskriegsministerium für Volksaufklärung und Propaganda (RMVP), und die Japaner nannten ihre Desinformations- und Propagandakampagne den „gedachten Krieg“. Zensur spielte in all den Bemühungen eine wesentliche Rolle.

Atrocity Stories wurden nun anders instrumentalisiert als im Ersten Weltkrieg. Inzwischen wurde die so genannte „Schwarze Propaganda“ bevorzugt, also gezielte Falschinformation ohne Quellenangabe, um einen Keil zwischen die Deutschen und ihren „Führer“ zu treiben. Die Deutsche Propaganda hatte allerdings bereits Jahre vor dem Krieg zu agieren begonnen und war dementsprechend effizient. Bereits Mitte der 30er Jahre drehte Leni Riefenstahl ihre bekannten Propagandafilme, darunter „Triumph des Willens“ (1935).

Der Kalte Krieg

Nach dem Zweiten Weltkrieg wurde die Bedeutung von Propaganda stets weiter gesteigert, auf politischem ebenso wie auf kommerziellem Niveau. In den USA mündete das mit dem Aufziehen des Kalten Krieges in die McCarthy-Ära mit ihrem fanatischen und blinden Antikommunismus. Aktuelle Maßnahmen im Kampf gegen den Terrorismus nehmen Anleihen aus dieser unrühmlichen Ära. Die Gattin des US-Vizepräsidenten Richard Cheney, Lynne Cheney, engagiert sich seit September 2001 gemeinsam mit Senator Joe Lieberman für ein besonderes Projekt des Patriotismus. Gemeinsam mit dem *American Council of Trustees and Alumni* gab sie im Oktober 2001 eine Studie heraus, in der Akademiker, die im Zusammenhang mit den Anschlägen in New York und Washington Kritik an der Politik ihres Landes geübt hatten, des mangelnden Patriotismus angeklagt wurden.⁷⁶ Namen und Universitäten der Betroffenen wurden in einer öffentlichen Liste bekannt gegeben. Nach Vorwürfen, es handle sich dabei um eine neue Form des McCarthyismus, wurde die Studie entschärft, dennoch ist auch in der neuen Version deutlich zu sehen, dass Meinungsfreiheit mitunter dort endet, wo sich Patriotismus breit macht.

Der Kalte Krieg war die Epoche der Spione mit ihrer über viele Jahre nahezu perfekten Desinformation. Die Faszination der Spionage konnte auch als Unterhaltungspropaganda genutzt werden. So war es kein Zufall und nebenbei durchaus nützlich, dass die James-Bond-Filme gerade in jener Zeit entstanden und auch damals am erfolgreichsten waren. Es siegte selbstverständlich immer der „gute“ Spion, und das Publikum lernte gleichzeitig, wer „gut“ war. Damals wurde ein riesiges Propagandanez aufgebaut, unter anderem auch in Bezug auf die Atombombe, um zu demonstrieren, dass der Feind selbst gefährlicher sei als die Auswirkungen einer Atombombe – und man daher möglichst hochgerüstet sein müsse.

Die Methoden von Desinformation und Propaganda

Im Folgenden werden einige der effizientesten Methoden der Desinformation vorgestellt. Grundsätzlich steht beim Einsatz jeder Methode eine bestimmte Zielsetzung im Vordergrund. Diese orientiert sich generell an einem von zwei entgegengesetzten Polen. Entweder soll ein positives Bild zerstört werden indem ein anderes, meist extrem negatives, darüber gelegt wird, oder es werden positive Bilder erzeugt, wenn es zum Beispiel in Wahrheit wenig Erfreuliches zu berichten gibt. Ein Großteil der Methoden der Propaganda funktioniert bereits seit vielen Jahren. Neue Technologien haben hier zwar die Methoden verbessert, aber nur partiell verändert:

Karikaturen

Die Technik der Karikatur ist jene der gleichzeitigen Vereinfachung und Überspitzung. Karikaturen sind deswegen so wirkungsvoll, weil Bilder leichter im Gedächtnis

⁷⁶ www.goacta.org/Reports/defciv.pdf

Information versus Desinformation

bleiben als Texte. Oft handelt es sich bei diesen Bildern um Witze über Politiker. In den ersten Jahrzehnten des 20. Jahrhunderts waren besonders Künstler häufig Gegenstand dieser Art von Zeichnungen. Die Karikaturen über den homosexuellen Dichter Oscar Wilde wurden weltberühmt; sie zeigten ihn als Kriminellen und sollten seine Popularität mindern. Der Versuch gelang; Wilde starb einsam und verarmt in Paris.

Plakate

Schon bald nach der Oktoberrevolution 1917 wurden in Moskau und Umgebung Wandzeitungen angebracht, um die Bevölkerung zu „informieren“ und die nun dominante Ideologie zu verbreiten und in den Köpfen zu implementieren. Nachdem damals ein großer Teil der Bevölkerung aus Analphabeten bestand, stellten diese einfachen und einprägsamen Plakate das wichtigste Propagandawerkzeug der Bolschewiki dar. Bald wurde die Produktion Künstlern übergeben, und es entwickelte sich ein eigener Kunstzweig daraus.

Auch heute geht es noch immer um denselben Hintergrund: eine einprägsame Darstellung, die eine Nachricht simplifiziert und dadurch im Gedächtnis haften bleibt.

Film

Die Filme, die in Hollywood gegen Ende des Ersten Weltkrieges produziert wurden, waren vorwiegend antideutsch. Sie waren bereits meinungsbildend, doch stellten die Propagandafilme des Zweiten Weltkrieges alles vorher Dagewesene in den Schatten. Am beliebtesten waren Unterhaltungsfilme, in denen die Propaganda kaum merklich eingebaut war. Der Feind wurde als Bestie dargestellt, als eine tierartige brutale Kreatur oder aber als Verrückter, über den man sich lustig machen konnte – im wirkungsvollsten Falle als beides zugleich. Parallel dazu wurde der Held als eindeutig Einheimischer dargestellt. Das war die neue Form der *Atrocity Story*.

In Deutschland wurden zum Beispiel in der Zeit rund um den Zweiten Weltkriegs rund 1200 Spielfilme produziert, zusätzlich ein Vielfaches an sogenannten „Kulturfilmen“, kurze Sach- und Dokumentationsfilme über verschiedene kulturelle, naturwissenschaftliche oder allgemeine Themen. Ab 1934 war den Kinobesitzern verbindlich vorgeschrieben, im Vorprogramm wenigstens einen Kulturfilm zu zeigen. Diese hatten im NS-Propaganda-Konzept eine wichtige Funktion. Sie präsentierten sich nach außen objektiv und sachlich präsentierend, konnten so Themen wie Rassenlehre, Antisemitismus, Blut und Boden, aber auch militärische Themen propagiert werden. Ebenfalls im Vorprogramm verpflichtend war die Wochenschau, von Hitler wie Goebbels besonders in Kriegszeiten als wirksamstes Propagandainstrument gehalten.⁷⁷

⁷⁷ vgl. dazu z.B. Taylor (1979), Rentschler (1996), Shaw (2001)

Radio

Zwischen den beiden Weltkriegen gewann das Radio an Bedeutung und konnte dadurch als geeignetes Propagandainstrument eingesetzt werden. Die Natur des Mediums Radio macht es möglich, dass leicht Desinformationen ohne Gegenreaktion verbreitet werden können. Hitlers Propagandaminister Joseph Goebbels betrachtete das Radio aus diesem Grund als das effizienteste Propagandainstrument, zumal damit alle Generationen und auch Analphabeten erreicht werden konnten. Beliebt wurde das Radio durch Musiksendungen. Diese wurden unterbrochen, um Nachrichten zu senden, und zwar vorwiegend gute – Desinformation durch falsche Beruhigung. Radio Moskau, das 1922 gegründet wurde, fuhr eine breitere Strategie, indem man versuchte, in Großbritannien und anderen Ländern durch Einmischung Politik zu machen. Ähnliches, nur in die entgegengesetzte Richtung, bezweckten später die US-Amerikaner mit ihrem Rundfunksender Voice of America, der täglich Programme nach Kuba ausstrahlte und zu Zeiten des Kalten Kriegs auch in der DDR empfangen werden konnte.

Fernsehen

Kein anderes Massenmedium eignet sich so ausgezeichnet für Desinformation und Propaganda wie das Fernsehen. Denn was die „Wahrheit“ ist oder sein soll, wird über die Kombination von Bild und Ton am wirksamsten verbreitet. Allgemein wird dem Fernsehen am ehesten Glaubwürdigkeit zugetraut, obwohl die manipulierende Wirkung von TV-Bildern bekannt ist. Die Kombination von Worten, sich bewegenden Bildern und dem Dokumentarstil der Nachrichten verleihen der jeweiligen Darstellung von Ereignissen etwas Zwingendes und produzieren im Kopf Bilder, die sich verselbständigen.

Aber: Fernsehen ist Unterhaltung. Auch die Nachrichten gehören zum Unterhaltungsprogramm des Mediums Fernsehen. Die Manipulation der Nachrichteninhalte ist Teil der Show. Nachrichten müssen kurz und informativ sein. Verkürzung ist Desinformation. Wie Ted Koppels Film *Revolution in a Box* zeigte, wurden in Nachrichtensendungen Bilder über den Unfall im Atomkraftwerk von Tschernobyl ausgestrahlt, die in Wirklichkeit ein anderes, noch funktionierendes Atomkraftwerk zeigten, um den Eindruck zu vermitteln, dass nichts der Kontrolle entgleiten kann, nicht einmal eine derartige Katastrophe. Hier spielten sich Medien und Regierungsinteressen in die Hände. Aber vor allem in Kriegszeiten ist das Fernsehen für die Propaganda unersetzlich. Schon während der ersten Tage des Afghanistankrieges zu Beginn des Jahres 2002 wurden zum Beispiel US-amerikanische und britische Radio- und Fernsehsender vor Ort installiert.

Internet

Die Erfindung neuer Kommunikationstechnologien hat nur partiell zu gänzlich neuen Methoden der Manipulation geführt. Zum großen Teil sind ältere Methoden

Information versus Desinformation

übernommen und mit Hilfe der neuen Technologien modernisiert worden. Desinformation ist dadurch noch schwieriger zu durchschauen. Dazu tragen vor allem zwei Umstände bei: Zum einen die Quantität von Information im Netz, zum anderen die Anonymität der User. Jede Nachricht kann unter dem Namen jeder beliebigen Person ins Netz gestellt werden. Dadurch kann eine Nachricht politisch destabilisierend wirken.

Die Fotografie

Im Bereich der Fotografie hat vor allem die Entwicklung digitaler Technologien eine Fülle an neuen Manipulationsmöglichkeiten eröffnet. Nicht nur Texte, sondern auch Bilder können so auf vielfältige Art verändert werden. Die neuen Technologien haben Möglichkeiten geschaffen, die so perfekt sind, dass es kaum mehr möglich ist, zwischen Original und Manipulation zu unterscheiden. So hat sich auch in der politisch eingesetzten Bildmanipulation letztendlich bloß die Perfektion der Umsetzung verbessert, die Techniken selbst sind großteils dieselben geblieben. Der einfachste Weg der Fotomanipulation ist die einfache Retusche, die nur geringe Änderungen zulässt. Ein sehr bekanntes Beispiel dieser Art der Manipulation ist ein Foto des ehemaligen US-Präsidenten Bill Clinton bei einem Deutschlandbesuch. Damals standen im Hintergrund der Szene Menschen mit einem Plakat, das einen kritischen Text gegen Clinton zeigte. In einigen Zeitungen war das Foto genau so zu sehen. In konservativeren Zeitungen war dasselbe Foto mit einer Retusche versehen, die das Plakat verschwinden hatte lassen. Weitere Techniken, um Bilder zu verändern, sind das Schneiden, das Kolorieren, die Blue Box, die Montage, die *Damnatio Memoriae* und das Vertauschen von Bildunterschriften.

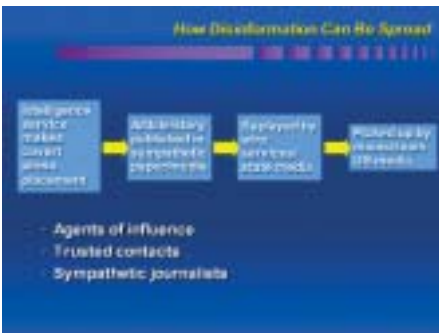


Diagramm Disinformation

© US Department of Defense

Desinformation und Demokratie

Demokratische Gesellschaften brauchen eine freie Presse, auch wenn das oft harte Kritik mit sich bringt. Doch es wäre verfehlt zu glauben, ein demokratisches System schließe

Propaganda und Desinformation aus. Allein der Wunsch danach, der allerdings omnipräsent ist, beinhaltet bereits eine Desinformation. Alle bedienen sich dieser Strategien, wenn sie notwendig oder hilfreich scheinen – auch Demokratien, sei es im Krieg oder aber zugunsten wirtschaftlicher oder anderer politischer Interessen.

Die Rolle der Medien

Die Massenmedien dienen immer wieder der Manipulation. Massenmedien müssen nicht desinformieren. Sie müssten dann aber die Bedingungen ihrer Tätigkeit reflektieren, etwa die selektive Information durch offizielle Stellen oder unsichere Informanten. Insbesondere gälte es, die Quellenlage bei Informationen (Text, Foto, Film) darzulegen.

Während des Kosovokrieges setzte die NATO ihre Glaubwürdigkeit aufs Spiel, indem sie die Definition von militärischen Einrichtungen, die es angeblich zu zerstören galt, um die serbische Regierung zu besiegen, immer weiter ausdehnte. In diesem Fall bedeutete Desinformation, essenzielle Informationen zu verheimlichen. Denn Lügen ist keinesfalls die einzige, sondern lediglich die banalste Form der Desinformation. Durch bewusste Auslassungen können Ansichten und Vorstellungen in bestimmte Richtungen gelenkt werden. So werden generell in Kriegen die eigenen Opferzahlen nach unten interpretiert, während die Opferzahlen der feindlichen Seite großzügig nach oben geschätzt werden – solange es sich nicht um Zivilisten handelt. Denn die Zeit nach dem Golfkrieg zeigte deutlich, wie die Bevölkerung heutzutage reagiert, wenn die Anzahl an zivilen Opfern wesentlich höher ist als erwartet. Der zynische Begriff des „Kollateralschadens“ für zivile Opfer, übrigens ein exzellentes Beispiel für Desinformation im Namen der Kriegspropaganda, ist zwar nach wie vor aktuell, aber seit den ersten Wochen des Afghanistankrieges derart negativ besetzt, dass er zunehmend auch von Militärs vermieden wird. Nach dem Golfkrieg war die hohe Zahl ziviler Opfer einer der Hauptkritikpunkte.

Besonders die Medien in demokratischen Staaten kritisieren die Manipulation von Opferzahlen heftig, was aber keinesfalls bedeutet, dass sie unbedingt ohne staatliche Beeinflussung agieren. Sie selbst entscheiden jedes Mal wieder, wie sehr sie die Politik der Regierung unterstützen, indem sie dafür oder dagegen berichten.

Auch besitzt jede Demokratie undemokratische Elemente, denn es gibt Situationen, in denen es auch eine demokratische Regierung als notwendig erachtet, Druck auf die Medien auszuüben, um die eigene Bevölkerung in eine bestimmte Richtung zu beeinflussen. So kann auch die Zensur nicht nur in Zusammenhang mit Diktaturen gesehen werden, wie der Falklandkrieg, der Golfkrieg oder der Afghanistankrieg deutlich gezeigt haben.

Information versus Desinformation

Konflikt und Propaganda

Schon Bismarck hielt fest, dass niemals so viel gelogen werde wie vor einem Krieg. Dass sich daran nicht das Geringste geändert zu haben scheint, belegen die letzten großen Kriege. Im Unterschied zu Bismarcks Zeiten ist die Propaganda allerdings über den rein kriegerisch-militärischen Bereich hinausgetreten und begleitet jene *Low-intensity*-Konflikte, die für unsere Zeit charakteristisch sind.

Der Golfkrieg

Im Golfkrieg hatten Journalisten, ähnlich wie im Vietnamkrieg, wenig Chancen, neutral und korrekt von den Schlachtfeldern zu berichten. Meist mussten sie an Orten fern der Kampfhandlungen bleiben, was alles Teil der Zensur war. In manchen Aspekten ähnelte dieser als Videokrieg in die Geschichte eingegangene Krieg einer Serie von Werbefilmen. Dies verwundert nicht, wenn man bedenkt, dass es der erste Krieg war, bei dem man die Kriegspropaganda einer kommerziellen Public-Relations-Firma überließ. Man arbeitete hart daran, den USA ein Schicksal wie im Vietnamkrieg zu ersparen. Es sollte nicht nochmals passieren, dass ein Krieg in den Wohnzimmern der Heimatfront verloren wurde. In einem Interview gab General Schwarzkopf noch während des Golfkrieges zu, dass ein bedeutender Teil der verbreiteten Informationen wohlüberlegte Propaganda war. Und das galt für beide Kriegsseiten:

Die Babymilchfabrik

Laut Behauptungen der Alliierten hatten westliche Bomben eine chemische Fabrik zerstört. Saddam Hussein gestattete CNN-Reportern einen Besuch dieser Fabrik, von der er wiederum vorgab, sie sei eine Babymilchfabrik gewesen, in der Hoffnung, die geplante Desinformation würde aufgehen. Doch jemand bemerkte den Schwindel: Mitten in den Trümmern lag ein Schild mit der englischen Aufschrift *hospital*, das offenbar gezielt dort platziert worden war: ein englischsprachiges Schild inmitten einer Gegend, in der niemand Englisch spricht. Die schlecht organisierte Desinformation flog auf.

Der Leibwächter

Im Dezember 1990 publizierte die französische Zeitung *Nouvel Observateur* die Geschichte von Karim Abdallah al-Jabouri, Saddam Husseins Leibwächter, der gleich nach der Invasion Kuwaits aus dem Irak geflohen war. Bald darauf trat er in einer französischen Fernsehshow auf, wo er Gräueltaten über Saddam Hussein verbreitete. Doch in dieser Show fand seine Karriere ein jähes Ende: zahlreiche Zuseher erkannten in ihm einen ehemaligen Studenten und Angestellten des Fernsehsenders.

Die USA investierten viel in die Kriegspropaganda, von der sich hinterher einiges als gezielte Desinformation herausstellte – die Grenzen waren hier fließend. Mehr Infor-

mation über US-Propagandamittel im Golfkrieg findet sich in R. G. Auckland, *An Appraisal Of Gulf War Propaganda*.⁷⁹

Die Kosovo-Krise

Schon vor der NATO-Intervention begann die Desinformation der Bevölkerung durch alle beteiligten Konfliktparteien. Diese wählte zum Teil ebenso primitive Mittel wie noch im Zweiten Weltkrieg (z. B. Karikaturen und Lügengeschichten), es gab aber auch subtilere Propagandabemühungen. Es begann mit der Interpretation der Geschichte im Sinne der eigenen Interessen. Plötzlich waren seit Jahrzehnten verfallene, unbeachtete Kirchen und die im 14. Jahrhundert verlorene Schlacht am Amselfeld Ausdruck jahrhundertalter nationaler Zusammengehörigkeit. Die Opferzahlen der serbischen Vertreibung stellen wohl den gewagtesten Manipulationsversuch und -erfolg dar. Die veröffentlichten exorbitant hohen Flüchtlingszahlen hatten erst zum Einverständnis der Nato-Partner zu einem Militäreinsatz geführt. Erst nach Ende des Krieges wurden sie deutlich nach unten revidiert.

Interessant war, dass sich mehr Menschen denn je Informationen über den Krieg aus dem Internet besorgten, was zum Teil durch die allzu offensichtlichen Manipulationsversuche im Fernsehen und in den großen Zeitungen begründet war. Alle Konfliktparteien stellten ihre Informationen und Interpretationen der Wahrheit in sehr detaillierter Form ins Netz.

Eine der großen Lügen dieses Krieges war die Anzahl der durch die NATO zerstörten Militäreinrichtungen und Waffen der Serben. So musste beispielsweise die Zahl der zerstörten serbischen Panzer nach unten revidiert werden – auf 13 –, während die Zahl der zivilen Opfer stark nach oben angepasst werden musste. Auch die Interpretation dessen, was als militärische Einrichtung gilt, veränderte die NATO in all den Wochen des Krieges.

Die Serben agierten nicht anders. Das serbische Fernsehen zeigte bombardierte Ziele in manipulativer Art und Weise und unterstrich die Bilder mit martialischer Sprache. Bilder über die Situation im Kosovo wurden hingegen nicht gezeigt.

Der zweite Tschetschenienkrieg

Im Sommer 1999 fielen zwischen 1.200 und 2.000 muslimische Rebellen aus Tschetschenien in Dagestan ein. Gerüchten zufolge hatten die russischen Soldaten im Auftrag der Regierung weggesehen. Doch während der darauf folgenden Kämpfe starben zahlreiche Zivilisten. Die Schuld daran wurde den Tschetschenen zugewiesen. Während der erste Tschetschenienkrieg auch an der mangelnden Unterstützung der russischen

79 www.btInternet.com/~rrnotes/psywarsoc/leaf/gulfapp.htm

Information versus Desinformation

Bevölkerung scheiterte, weil vor allem russische Frauen und Mütter nicht verstanden, warum ihre Partner und Söhne in einem fernen Krieg sterben sollten, war die Stimmung für den zweiten Krieg gänzlich anders. In den Städten zeigte sich die Mehrheit der russischen Bevölkerung mit dem neuerlichen Krieg einverstanden. Es war gelungen, den Krieg nicht mehr als Angriff, sondern als Verteidigung darzustellen.

Der Journalist Alexander Zilin fand eine andere Wahrheit heraus: Zunächst konnte nicht nachgewiesen werden, dass die Bombenattentate auf Moskauer Wohnhäuser, die von Anfang an tschetschenischen Terroristen zugeschrieben wurden und die dadurch mithalfen, den bald darauf beginnenden Krieg als Akt der Verteidigung darzustellen, tatsächlich tschetschenischen Ursprungs waren. Ganz im Gegenteil weisen alle Nachforschungen auf den KGB hin. Die russischen Medien spielten bei der Desinformationskampagne mit, wenn auch teilweise aus Mangel an korrekten Informationen. Auch in diesem Krieg wurden die Opferzahlen manipuliert, und die Arbeit der Medien diente der Propagandakampagne für den (damaligen) Interimspräsidenten und Präsidentschaftskandidaten Vladimir Putin. Als Putin an die Macht kam, gaben ihm die Meinungsumfragen für die kommende Wahl nur etwa 2 Prozent der Stimmen, wenige Monate später lag er bei 46 Prozent und gewann die Wahlen schließlich mit großem Vorsprung.

Die Folgen des 11. September 2001

Es ist derzeit noch zu früh, alle Manipulationen rund um den 11. September 2001 als solche wahrzunehmen. Offensichtlich ist allerdings, dass mit den Ereignissen jenes Tages der Desinformation durch verschiedenste Akteure neue Türen geöffnet wurden. Angefangen damit, dass Osama bin-Laden den Nahostkonflikt als Auslöser instrumentalisierte und mit dieser Desinformation den palästinensischen Interessen Schaden zufügte, ging die Desinformation auch von ganz anderer Seite aus. In den USA begann eine Jagd gegen jene Intellektuelle, die sich gegen einen Afghanistankrieg aussprachen oder auch nur die Regierung nicht enthusiastisch genug unterstützten. In Europa wurden all jene als antiamerikanisch bezeichnet, die sich nicht sofort und eindeutig auf Seiten der USA stellten, sondern eine Reflexion der Ereignisse forderten, bevor man sich in einen Krieg stürze.

Die eigentliche Desinformation begann mit dem Krieg gegen die Taliban. Plötzlich waren alle Gegner der Taliban Freunde, gleichgültig, ob sie vorher Diktatoren oder Terroristen gewesen waren. Das Wirken der Propagandamaschinerie nahm ungewohnte Züge an, wobei das Meisterstück der US-amerikanischen Propaganda dabei zweifellos der Wechsel der Zielsetzung war. War es zuerst ein „Krieg“ gegen Osama bin-Laden und seine Anhänger, wurde aus Angst vor Misserfolg bald die „Mission“ daraus, dass man die Herrschaft der Taliban beenden und das afghanische Volk befreien wolle.

Ein Großteil der westlichen Medien spielte das Propaganda- und Desinformationsspiel ebenso mit wie die radikal muslimischen Medien. Der vieldiskutierte „Kampf der Kulturen“ findet nicht statt – doch unüberlegte Handlungen von Politikern und Politikerinnen und zu regierungsfreundliche, unkritische Medienberichte könnten ihn auf Dauer provozieren.

Desinformation der Gegenwart

Propaganda und Desinformation sind in allen Bereichen der Politik präsent, treten aber besonders in Kriegs- und kriegsvorbereitenden Situationen zutage. Kein aktuelles politisches System kommt ohne sie aus: die Demokratie bedient sich ihrer ebenso wie Diktaturen. Der Unterschied besteht vor allem in der Aufklärung darüber und in der Möglichkeit der individuellen Informationsbeschaffung.

Was Desinformation noch immer so interessant macht, ist der weit verbreitete Glaube, dass sie entweder ein Phänomen der Vergangenheit sei oder aber ohnehin durchschaut werde. Da oft auch die Gegner der Desinformation genau diese benutzen, um gegen sie anzukämpfen, bleibt als einziger Ausweg, sich Informationen von verschiedenen Quellen zu beschaffen und zu vergleichen. Doch das setzt das Wissen darüber voraus, welche Medienkonzerne und Organisationen zusammengehören und welche unabhängig agieren. Genau das zu verschleiern ist Teil der Propaganda und Desinformation unserer Zeit.

Mit den neuen Kommunikationsmöglichkeiten sind zwar die Formen der Desinformation vervielfacht worden, doch die Strategien folgen noch immer alten Mustern. Der wesentliche und gefährliche Unterschied ist jener, dass Manipulation immer schwieriger erkennbar ist. Man ist ihr in höherem Maße als früher ausgeliefert. Allein der Umstand, dass die Beschränkung von Menschenrechten und Bürgerrechten im Zuge der Sicherheitsdiskussion vielfach einfach hingenommen wird, zeigt, wie weit fortgeschritten die Desinformation bereits ist.

Zusammenfassung

Zusammenfassung

Info-Rechte beziehen sich auf einen offenen, transparenten Umgang mit Information, der für das Funktionieren demokratischer Systeme notwendig ist. Erst durch die Möglichkeit, Themen von gesamtgesellschaftlicher Relevanz öffentlich und mit anderen – ohne Einschränkung – zu diskutieren, kann Konsens erzielt und dieser dann politisch umgesetzt werden. Dennoch ist das Recht auf Meinungsäußerung de facto in vielerlei Hinsicht eingeschränkt, wie z. B. durch Gesetze autoritärer Regimes oder mangelnden Zugang zu Kommunikationsmitteln. Mit der Entstehung des Internets wurde von vielen das Nahen eines neuen Zeitalters der Redefreiheit prophezeit, das es ermöglichen sollte, uneingeschränkt zu allen erdenklichen Themen zu publizieren bzw. Informationen zu beschaffen. Bald entbrannte jedoch eine Diskussion darüber, wie mit illegalen und „schädlichen“ Inhalten, insbesondere im Hinblick auf Kinder und Jugendliche, umzugehen sei. Seit damals wird von Regierungen und Unternehmen gerne das Argument der Gefährdung von Minderjährigen durch pornographische und rassistische Inhalte ins Spiel gebracht, um gesetzliche Vorhaben und die Implementierung von Technologien zum Filtern, Bewerten und Blockieren von Inhalten zu rechtfertigen. Gerade Unternehmen haben in diesem Bereich vielfach – beispielsweise nach dem Scheitern des *Communication Decency Act* in den USA – diese Aufgabe an sich gezogen und propagieren eine „Selbstregulierung“, die auf der Annahme basiert, dass das Internet gefährlich sei und „sicher“ gemacht werden müsse. Einerseits ist es fraglich, ob dies die gewünschten Ergebnisse erzielt, da technologische Lösungen oft willkürlich und nicht nachvollziehbar Inhalte zensurieren, und andererseits wird hierdurch nicht nur das Recht auf Redefreiheit, sondern oft auch der Anspruch auf Anonymität im Netz eingeschränkt. Zensur wird im Netz daher oft zu einer Frage des Codes, zu einer inneren Eigenschaft der Technik, und ist daher mit herkömmlichen Mitteln nicht mehr zu bekämpfen. Diese Situation hat in den vergangenen Jahren zahlreiche Aktivisten-Netzwerke entstehen lassen, die ein eigenes Repertoire elektronischer Widerstandsformen – von Anti-Sites bis zum Cybersquatting – entwickelt haben, die sich gegen Desinformation und Zensur, Kommerzialisierung und Militarisierung richten und in manchen Fällen tatsächliche Veränderungen bewirken konnten.