

Aus Politik und Zeitgeschichte - Podcast

Folge „Propaganda und Desinformation“

Gesprächspartner/-innen: Tanjev Schultz, Julia Smirnova, Romy Jaster

- Redaktion (Aus Politik und Zeitgeschichte): Lorenz Abu Ayyash, Isabel Röder
 - Redaktion (hauseins): Gina Enslin
 - Produktion: hauseins
 - Sprecherin: Sarah Zerback
 - Musik: Joscha Grunewald
 - Produktion: 04.03.2026
 - Spieldauer: 43 Minuten
 - hrsg. von: Bundeszentrale für politische Bildung/bpb, Bonn
-

O-Ton Donald Trump: In Springfield they're eating the dogs. The people, that came in, they're eating the cats, they're eating the pets of the people, that live there. And this is what's happening in our country.

Sarah Zerback: Migranten würden Haustiere essen, das hat US-Präsident Donald Trump im Wahlkampf 2024 im TV-Duell mit Kamala Harris behauptet. Belege gibt es hierfür keine. Diese Falschinformation ist nur eine von vielen, die Trump verbreitet hat. Und Trump ist nur ein Beispiel für den politischen und gesellschaftlichen Einfluss von Desinformation heute.

Musik

Ob es darum geht, dass Wahlen beeinflusst werden, Fake-Accounts das Internet mit antidemokratischen Kommentaren fluten oder schlicht Verschwörungsideologien verbreitet werden: Desinformation und Propaganda spielen in politischen und gesellschaftlichen Entwicklungen gerade eine sehr prägnante Rolle. Das wird noch verstärkt durch Social Media und den technologischen Fortschritt im Bereich KI. Denn Fakes jeder Art herzustellen wird immer leichter. Desinformation und Propaganda können gezielt zur politischen Einflussnahme genutzt werden. Das tut zum Beispiel Russland. Aber wie genau machen die das? Welche Rolle spielen Desinformation und Propaganda in unserer Gesellschaft, wie können wir damit umgehen und funktionieren Fake News überhaupt? Darum geht es in dieser Folge von „Aus Politik und Zeitgeschichte“ und ich bin Sarah Zerback. Der Journalismusprofessor und Publizist Tanjev Schultz erklärt die gesellschaftliche und mediale Wirkmacht von Desinformation. Die Autoritarismusforscherin Julia Smirnova beschreibt, wie Russland Strategien der Desinformation und Propaganda nutzt. Und die Philosophin Romy Jaster erklärt, ob man

gegen Desinformation argumentativ überhaupt ankommen kann. Die Ausgabe der Zeitschrift „Aus Politik und Zeitgeschichte“ zum Thema „Propaganda und Desinformation“ finden Sie auf bpb.de/apuz. Wie immer gibt es auch zu dieser Folge ein Transkript. Sie finden es in der bpb-Mediathek oder als Link in den Shownotes.

Musik

Fake News, alternative Fakten, Propaganda, Desinformation, all diese Schlagworte beschreiben Phänomene, die Einfluss nehmen auf persönliche Meinungsbildung, auf öffentliche Diskurse und Internetkultur. Propaganda und Desinformation, die Begriffe auf die wir uns in dieser Folge konzentrieren, kann man so voneinander unterscheiden. Propaganda bedeutet erst mal bloß die systematische Verbreitung von Informationen, Ideen, Meinungen zur gezielten Beeinflussung. Das Wort ist abgeleitet vom lateinischen „propagare“ und bedeutet so viel wie „ausdehnen“. Propaganda ist nicht autokratischen Regimen vorbehalten und ließe sich im Grunde auch durch Worte wie PR oder Öffentlichkeitsarbeit ersetzen. Propaganda ist dadurch definiert, dass erstens die Informationen systematisch verbreitet werden, zum Beispiel durch eine damit beauftragte Pressestelle und es spielt noch ein zweiter wichtiger Punkt eine Rolle: Es geht auch darum, das eigene Handeln in ein möglichst gutes Licht zu rücken und Kritik zu vermeiden. Dass Propaganda massiven Schaden anrichten kann, ist offensichtlich: zum Beispiel mit Blick auf die deutsche Geschichte und die Rolle von Joseph Goebbels Propagandaministerium in der Zeit des Nationalsozialismus. Kommen wir zum zweiten Begriff: Desinformation. Die kann ein Teil von Propaganda sein. Das Wort beschreibt die gezielte und absichtliche Verbreitung falscher Behauptungen. Desinformation hat zwei zentrale Effekte, die sich gegenseitig bedingen: Einerseits soll Desinformation die Überzeugungen einer bestimmten Gruppe verändern und damit ihre Wahrnehmung der Realität beeinflussen. Andererseits sorgt Desinformation dafür, dass Menschen das Vertrauen in Medien als verlässliche Informationsquellen verlieren, weil sie dort Fake News vermuten. Welche Probleme sich daraus ergeben, darüber habe ich mit Tanjev Schultz gesprochen. Er ist Professor am Journalistischen Seminar der Johannes Gutenberg-Universität in Mainz und hat vorher selbst viele Jahre als Journalist gearbeitet. Mit seinem Team hat er in einer Langzeitstudie untersucht, wie sich Medienvertrauen in Deutschland entwickelt und welche Rolle Desinformation und Propaganda dabei spielen.

Musik

Sarah Zerback: Hallo Herr Schultz.

Tanjev Schultz: Ja, hallo.

Sarah Zerback: Man kann ja so ein bisschen den Eindruck bekommen, dass Fake News einfach allgegenwärtig sind. Also, ist das so oder sind die Menschen in Deutschland einfach misstrauischer geworden?

Tanjev Schultz: Ja, ich glaube, wir sind zu Recht alle sensibilisiert dafür, dass es Fake News gibt. Den Begriff selbst finde ich gar nicht mehr so passend, aber er ist natürlich in den Sprachgebrauch eingedrungen.

Sarah Zerback: Was fänden Sie passender?

Tanjev Schultz: Desinformation ist der Begriff, den wir in der Wissenschaft bevorzugen, weil Fake News doch ein bisschen schwammig ist und er vor allen Dingen als Begriff besetzt worden ist von Donald Trump und anderen Akteuren als Kampfbegriff, um andere Akteure, vor allen Dingen auch Medien, die ihm nicht gefallen, zu diskreditieren.

Sarah Zerback: Und lässt sich das messen, wie viel Desinformation Menschen ausgesetzt sind?

Tanjev Schultz: Das ist sehr schwer. Das ist natürlich etwas, was wir gerne in der Wissenschaft machen würden. Es gibt durchaus Studien, die versuchen, das zu messen und zu sagen, wie viel an Falschinformationen verbreitet sich auf der einen oder anderen Plattform. Aber man kann natürlich da immer nur einen Ausschnitt auswählen und vor allen Dingen diejenigen Informationen versuchen zu prüfen, die auch wirklich belastbar dann zu beurteilen sind. Also wir haben natürlich auch einen großen Bereich der Desinformation, wo es nicht so ganz klar ist, was ist da jetzt genau das Problem, das ist dann so verpackt, manches stimmt, manches ist so halb verbogen und das sind ja gerade die schwierigen Fälle. Was aber wir auch messen, ist, auch wir in Mainz in einer Langzeitstudie über Medienvertrauen, dass sehr viele Menschen in Deutschland schon auch vorsichtig sind und auch erst mal gerade was die Internetkommunikation angeht, was die Social Media-Plattformen angeht, davon ausgehen, dass sie ziemlich vielen falschen Informationen, also Fake News begegnen werden. Während sie dann doch, vielleicht mehr als manche glauben, den etablierten Medien, Radio, Zeitungen, Fernsehen, auch wenn es vielleicht digital konsumiert wird, durchaus mehr vertrauen und weniger Fake News dort vermuten.

Sarah Zerback: Okay und trotzdem ist ja beides auch ziemlich divers, also sowohl wenn man jetzt von den Medien redet, der Politik oder auch vielleicht den sozialen Medien. Wo vermuten Menschen da vielleicht auch zu Recht die meiste Desinformation?

Tanjev Schultz: Ja, absolut. Also das ist natürlich alles das Problem, dass wir da nicht pauschalisieren können oder zu pauschal urteilen dürfen. Es ist aber schon so, dass wir ja eigentlich immer schon angewiesen waren darauf, Vertrauen zu setzen in bestimmte verlässliche Quellen, die sich eben über längere Zeit hinweg für uns als zuverlässig erwiesen haben. Und das sind in vielen Fällen bei vielen Bürgerinnen und Bürgern immer noch so klassische Nachrichtenmarken auch. Also die Tagesschau ist auch in Vertrauensrankings immer noch ziemlich gut abschneidend, währenddem auch schon in der Zeit vor der Digitalisierung bestimmte Boulevardmedien, obwohl die ja durchaus erfolgreich sind, so etwas wie die Bild-Zeitung, als so ein bisschen weniger vertrauenserweckend wirken. Und heute ist es dann so, dass man zumindest in Umfragen merkt, dass sehr viele Menschen schon sagen, naja, was da jetzt auf diesen Telegram- oder Instagram-Kanälen abläuft, da muss man schon genau gucken, von wem das jetzt genau stammt.

Sarah Zerback: Diese Vertrauenskrise in die Medien, die viel zitierte, das klingt jetzt so, als sei die vielleicht gar nicht so riesengroß, wie man manchmal meinen könnte.

Tanjev Schultz: Sie ist zumindest in Deutschland nicht so groß, wie das, glaube ich, manche denken, aufgrund auch der öffentlichen Debatten darüber. Zumindest wenn wir das international vergleichen, ist das in noch viel stärker polarisierten politischen und medialen Systemen wie etwa in den USA sehr viel stärker erodiert, das Vertrauen in die großen

Nachrichtenmedien, auch in Ländern wie Frankreich oder Griechenland beispielsweise. In Deutschland gibt es so ein gewisses stabiles Grundvertrauen vieler Menschen, aber da muss man auch gleich wieder differenzieren, denn wir haben in unseren Studien festgestellt, dass sehr wohl ein nicht unerheblicher Teil, wenn es auch eine Minderheit ist von Menschen in Deutschland, tatsächlich sehr, sehr misstrauisch ist, um nicht zu sagen feindselig. Und das sind immerhin teilweise so jeder Vierte, jeder Fünfte in Deutschland. Das sind also auch Millionen Menschen, die im Prinzip sagen, die großen Medien, die großen Sender, die großen Zeitungen, die belügen uns geradezu und manipulieren uns zusammen mit der Politik. Und da gibt es schon auch Großteile der Bevölkerung, die misstrauisch sind. Aber wir dürfen auch nicht unterschätzen, dass es natürlich viele Menschen gibt, die vielleicht auch verunsichert sind, teilweise auch zu Recht verunsichert sind, auch die zu Recht Kritik haben natürlich an Medien und deren Berichterstattung bei bestimmten Themen vielleicht oder eben was bestimmte Publikationen angeht. Also sicherlich ist es jetzt auch in einer Demokratie und in einem vielfältigen Medienumfeld nicht wünschenswert, dass alle jetzt blind und naiv allem vertrauen.

Sarah Zerback: Um das mal griffig zu machen, was sind denn die häufigsten Inhalte von Desinformation?

Tanjev Schultz: Ja, ich bin gar nicht sicher, ob man das so leicht quantifizieren kann, was das häufigste ist. Also es gibt natürlich die ganz schlichte Botschaft, also das, was wir jetzt ja auch immer, ja, so Hass und Hetze, das ist ja immer so das Schlagwort, das ist ja in Teilen auch Desinformation. Also da wird einfach irgendwas behauptet und wild beschimpft. Das ist aber vielleicht, was die Menge angeht, gar nicht so sehr das größte Problem, sondern es sind eher diese etwas komplizierteren Formen der Falschinformationen, wo dann einfach sehr einseitig irgendwas weggelassen wird oder irgendetwas hochgespielt wird und übertrieben wird. Das ist etwas, was da nicht mehr so ganz so leicht vielleicht zu erkennen ist, auch als Desinformation. Und da müssen wir eben auch unterscheiden zwischen dem, was wir auch in der Wissenschaft Missinformation oder einfach nur Falschinformation nennen und Desinformation. Der Unterschied besteht darin, dass Desinformation darauf beruht, dass hier Akteure wirklich im Wissen, dass wohl etwas falsch ist, wirklich versuchen, andere zu manipulieren und das gezielt zu streuen. Hingegen falsche Informationen, die gab es natürlich auch schon immer auch von guten und etablierten und eigentlich seriösen Medien, die einfach mal Fehler machen oder eben nicht unbedingt immer alles berichten können, was vielleicht zur Sache gehört und das dann im Laufe der Zeit dann anpassen und hoffentlich verbessern.

Sarah Zerback: Und um diesen kleinen Exkurs vielleicht noch komplett zu machen, was ist dazu dann die Abgrenzung zur Propaganda?

Tanjev Schultz: Ja, Propaganda ist der weitere Begriff. Da geht es um auch eine gezielte systematische Verbreitung von Kommunikation, von Informationen, um andere zu beeinflussen in ihren Einstellungen, in ihren Gefühlen, auch in ihren Verhaltensweisen. Aber das Mittel der Wahl kann dort sehr unterschiedlich aussehen. Das können falsche Informationen, das können Desinformationen sein, die man gezielt streut, um eben Leute in irgendeine Richtung zu pushen oder um sie zum Beispiel zu mobilisieren für irgendeine

Partei. Das können aber auch beispielsweise fiktionale Angebote sein. Das können irgendwelche Schlagersongs sein, die man irgendwie massiv produziert. Wenn wir jetzt an die Zeit des Nationalsozialismus denken, gehörte all das ja auch alles dazu. Da ging es dann nicht immer nur darum, falsche Informationen zu verbreiten, sondern einfach auch eine bestimmte Stimmung durch Bilder, durch Musik und so weiter zu erzeugen. Wir verbinden heute Propaganda sehr stark mit dem politischen Raum, aber in der Geschichte des Begriffs war das ursprünglich bezogen auf die Religion und entstand so als populärer Ausdruck in der Zeit der Gegenreformation, als die katholische Kirche versuchte, eben den Protestantismus wieder zurückzudrängen. Und damals war das zunächst mal auch gar kein negativ besetzter Begriff und das hat sich dann im Laufe der Zeit gewandelt.

Sarah Zerback: Wenn ich Ihnen so zuhöre, ist ja alles wahnsinnig komplex. Kann man überhaupt messen, wie groß der Schaden ist, der in einer Gesellschaft durch Desinformation entsteht?

Tanjev Schultz: Ich fürchte, das ist wirklich sehr schwer, denn dafür müssten wir ja wissen, wie viel wirklich an Desinformation kursiert und da tun wir uns schon schwer. Und wir müssen sicherlich auch aufpassen, dass nicht wir voreilig Dinge, die einfach erst mal verschiedene Interpretationen sind oder ein echter politischer Streit, dass wir da nicht alles gleich etikettieren als Falschinformation oder gar als Desinformation oder als irgendeine Kampagne. Es gibt legitime Auseinandersetzungen und die sind manchmal gar nicht so leicht abzugrenzen von Desinformation, wo sozusagen so irgendwelche dunklen Mächte versuchen, uns in irgendeine Richtung zu pushen.

Sarah Zerback: Weil ja auch das hohe Gut der Meinungsfreiheit dem Ganzen auch gegenüber steht. Also es ist schon ein schmaler Akt, gezielt zu entlarven, aber eben die Meinungsfreiheit nicht zu beschneiden.

Tanjev Schultz: Genau und es ist eben auch bei Desinformation diese Täuschungsabsicht verbunden. Da geht es dann um Intention, was will jemand anderes und wir können den Leuten ja schwer in den Kopf sehen und manche verbreiten ja auch falsche Informationen, weil sie zutiefst davon überzeugt sind, die wildesten Theorien. Und das ist ja auch per se vieles davon, zumindest zum Glück, würde ich sagen, auch nicht strafbar. Wir können alles Mögliche an Quatsch in die Öffentlichkeit pusten. Die Frage ist, ob das dann glaubwürdig ist, ob uns andere zuhören, ob das gut ist. Wir haben nur in der heutigen Zeit eine etwas andere Herausforderung, weshalb das mit der Meinungsfreiheit auch so kompliziert ist, weil wir das eigentlich gut aushalten könnten, wenn irgendwelche Akteure mal was Zweifelhafte verbreiten. Das Problem ist nur, es wird in der heutigen Zeit im digitalen Raum halt massiv durch Algorithmen, die intransparent sind, also sehr stark sichtbar gemacht, teilweise sichtbarer gemacht als die akkuraten Informationen. Und da wird teilweise eben die Desinformation dann prämiert oder auch die emotionalisierte Propaganda. Und das macht dann schon etwas aus und kann die öffentliche Debatte zu einer schlechten Schlagseite hin verzerren.

Sarah Zerback: Was ist denn dann die Lösung? Also die erste, die einem natürlich einfällt, ist zu sagen, okay, wir unterbinden diese Verbreitung, wir gehen an die Plattformen ran, an die Algorithmen, das wird ja alles versucht, ist wahnsinnig komplex, gerade wenn man da

über den deutschen Sprachraum auch hinausgeht und den Verbreitungsraum und sich das auf europäischer Ebene anschaut. Aber welche Kompetenzen muss man da stärken, um eben Desinformationen zu erkennen und da nicht so leicht drauf reinzufallen?

Tanjev Schultz: Also, diese politische Ebene ist schon extrem wichtig und auch wenn das sehr schwierig ist, ist es aus meiner Sicht einfach unverantwortlich eigentlich, dass wir zulassen, dass einige wenige Tech-Unternehmen die Strukturen öffentlicher Auseinandersetzungen und Debatten durch auch Algorithmen stark mitprägen können, ohne dass das in irgendeiner Form gesellschaftlich verhandelbar ist so richtig und einsehbar ist überhaupt erst mal. Das ist also etwas, was, finde ich, sich eine Demokratie oder eben auch die Weltgemeinschaft so nicht gefallen lassen dürfte. Das gesagt, sind wir natürlich trotzdem als Einzelne nicht völlig hilflos. Wir können sehr wohl als Bürgerinnen und Bürger versuchen, uns so ein Arsenal an mehr oder weniger zuverlässigen Quellen aufzubauen. Wir haben vielleicht gute Gründe, warum wir trotzdem auch die Zeitung, die wir toll finden, in vielen Fällen manchmal verfluchen und kritisieren. Das ist ja auch Sinn und Zweck demokratischer öffentlicher Debatten. Aber wir müssen eben dann wirklich unterscheiden zwischen dem, wo wirklich gezielt wir in die Irre geleitet werden und der legitime Meinungsauseinandersetzung. Und da sind wir schon in der Lage, glaube ich, wenn wir darauf achten und auch eben uns selber mehr im Prinzip als Teil so einer komplexen Medienwirklichkeit begreifen, zu schauen, von wem stammt jetzt überhaupt eine Information, wer ist die Quelle? Also auch diese klassischen Tipps mal zu schauen, von wem ist jetzt eigentlich das Ganze gesendet worden? Also wer ist der Absender? Kann man das überhaupt rausfinden? Wer steht dafür gerade? Gibt es so etwas wie ein Impressum im Netz und so etwas? Das sind alles so Dinge, die man dann machen sollte. Aber ganz klar ist, der Tag hat nur 24 Stunden, wir haben alle andere Jobs und wir müssen deswegen eigentlich darauf setzen, dass wir uns auch an Medien halten, von denen wir eigentlich wissen aus Erfahrung, dass sie so vielleicht mal Fehler machen, aber so im Großen und Ganzen uns ganz gut mit Informationen bedienen.

Sarah Zerback: Und die Medien, die jetzt eben nicht gezielt darauf setzen, auch Desinformationen zu verbreiten, wenn wir mal auf die schauen, die zumindest nach bestem Wissen und Gewissen sagen, wir wollen informieren und zwar im besten Sinne nach Pressekodex, welche Schlüsse sollten die aus diesen Entwicklungen ziehen, dass Desinformation ja doch mehr wird und es immer schwieriger ist, eben auch auf Quellen zu vertrauen? Das betrifft ja auch die eigene Arbeit, die eigene Recherche.

Tanjev Schultz: Ja. Die müssen sich alle, auch in den Redaktionen, die darauf Wert legen, alles gut geprüft erst zu haben, bevor man es weitergibt, dann schon mehr anstrengen noch, um Desinformation nicht aufzusitzen, also da keine Fehler zu machen. Das wird wirklich zusehends schwierig, weil es ja auch so einen Tempodruck gibt in der Medienwelt und sich dann auch teilweise das Publikum beschwert, wenn nicht sofort ein Medium dann auch mit dabei ist, wichtige Nachrichten weiter zu verbreiten und auf Social Media schon alle möglichen Gerüchte hochkochen. Und da, glaube ich, ist es dann gut, vielleicht auch dem Publikum, was ja auch manchmal schon passiert, aber immer mal wieder auch zu sagen, warum etwas so und so gemacht wird und warum vielleicht auch das eine oder andere jetzt noch nicht sofort in allen Details berichtet werden kann, weil es darauf ankommt, erst mal

wirklich verlässlich zu recherchieren und keine oder möglichst wenige Fehler zu machen. Und vielleicht gibt es dann zumindest doch, nicht alle, aber doch einen großen Teil im Publikum, der dann sagt, ja, das ist uns am Ende doch wichtiger als diese Daueraufregung mit vielleicht unsolider Faktenbasis.

Sarah Zerback: Nun stehen wir hier zu Beginn des Jahres vor einem wichtigen Wahljahr. Rechnen Sie da mit einer Zunahme an Desinformationen?

Tanjev Schultz: Ja, also es wird schon seltsame Kommunikation bestimmt zu finden sein, aber ich bin auch eigentlich nicht dazu geneigt, da jetzt gleich Panik zu verbreiten. Wir haben eigentlich vor jeder der vergangenen Wahlen, politischen Wahlen, gerade auch in Deutschland, immer so diese Sorge gehabt, da passiert jetzt ganz, ganz viel an Desinformation. Diese ganz plumpe Desinformation, die ist dann doch oft leicht zu erkennen. Wo ich mir eher Sorge mache, ist, dass die öffentlichen Debatten so insgesamt sich so verzerren. Und da können sich vielleicht auch die klassischen, eigentlich auch seriösen Medien ein bisschen selbst hinterfragen, weil wir ja dann gar nicht so sehr beim Thema Desinformation sind, sondern bei der Frage, was sind eigentlich wirklich die wichtigen Themen und wer setzt die, warum? Also das war schon immer eine Frage: Worüber lohnt es sich eigentlich gesellschaftlich zu streiten? Und es ist ja doch auffällig, dass so bestimmte Themen dann einfach wieder verschwinden, obwohl sie vielleicht gar nicht gelöst sind als Herausforderungen, als Probleme. Und dass es so Konjunkturen gibt, wo sich auch vielleicht man als Bürger manchmal fragt, ja, ist das jetzt alles schon wieder vorbei? Also ist jetzt zum Beispiel die Klimaproblematik, ist das jetzt alles gelöst oder nicht? Also da, glaube ich, wäre es wichtig, vielleicht auch so diese Einseitigkeit immer nur so ein Großthema zu bespielen, das mal zu hinterfragen.

Sarah Zerback: Tanjev Schultz, vielen Dank für das Interview.

Tanjev Schultz: Gerne.

Musik

O-Ton Martin Giese: Wir können heute verbindlich sagen, dass Russland durch die Kampagne Storm-1516 versucht hat, sowohl die letzte Bundestagswahl als auch fortlaufend die inneren Angelegenheiten der Bundesrepublik Deutschland zu beeinflussen und zu destabilisieren.

Sarah Zerback: Das sagt der Sprecher des Auswärtigen Amts, Martin Giese, im vergangenen Dezember. „Storm-1516“, so heißt die Desinformationskampagne aus Russland, mit der zum Beispiel die Bundestagswahl 2025 beeinflusst werden sollte. Die Kampagne im Vorfeld der Wahl bestand aus gefälschten Nachrichtenseiten und KI-generierten Inhalten, die von Influencern in Sozialen Netzwerken verbreitet wurden. Die Kampagne verbreitete falsche Informationen über die Kanzlerkandidaten Friedrich Merz und Robert Habeck. Seitdem hat es diverse weitere Versuche gegeben, Falschinformationen in Deutschland in Umlauf zu bringen. Denn Desinformation und Propaganda gehören zu den zentralen Mitteln, mit denen die russische Regierung die Stabilität des Regimes sichert und geopolitische Interessen verfolgt. Das erklärt Julia Smirnova. Sie ist Senior Researcherin

beim Center für Monitoring, Analyse und Strategie, CeMAS, wo sie zu Desinformation und digitalem Autoritarismus forscht.

Julia Smirnova: Gerade in militärischen russischen Kreisen spricht man nicht mal von Desinformation oder Propaganda, sondern von Informationskrieg, Informationskriegsführung. Und seit Jahren, schon vor dem Beginn der großangelegten Invasion der Ukraine, ist die Idee in diesen Kreisen verbreitet, dass sich Russland in einem permanenten hybriden Krieg und unter anderem auch Informationskrieg mit dem Westen befindet.

Sarah Zerback: Denn die Verbreitung von Propaganda und Desinformation richtet sich schon lange nicht nur gegen die Bevölkerung im eigenen Land, sondern auch gegen andere Länder. Und sie wird auf verschiedenen Ebenen, von unterschiedlichen Akteuren umgesetzt.

Julia Smirnova: Die Propaganda wird von diversen Geheimdiensten in Russland betrieben. Sie haben alle ihre eigenen Abteilungen für Desinformation und Propaganda. Ganz wichtig sind russische Staatsmedien, die ihre Strategie mit der Präsidialverwaltung abstimmen. Sie wurden ursprünglich gegründet als Instrument von Softpower, die ein positives Bild von Russland vermitteln sollten im Ausland. Aber zunehmend wurden sie als Desinformations- und Propaganda-Instrumente eingesetzt. Zum Beispiel, wenn wir jetzt auf den Auslandsender Russia Today schauen, geht es nicht nur darum, ein positives Bild von Russland zu vermitteln, sondern sehr stark darum, die Gesellschaften, die demokratischen Institutionen in den Zielländern zu destabilisieren. Das hat man zum Beispiel in Deutschland während der Pandemie gesehen. Da hat die deutsche Version von Russia Today sehr stark die Stimmen von Covid-Skeptikern verstärkt und generell demokratieskeptische, demokratiefeindliche Stimmen. Und seit 2022 versucht RT auch, immer neue Medienmarken zu gründen, die offiziell nichts mit dem russischen Staat zu tun haben, aber dem gleichen Zweck dienen, die Zielländer zu destabilisieren und prorussischen Narrative zu verbreiten. Und zum dritten gibt es auch private Akteure, private Unternehmen, die im Auftrag des Kremls arbeiten. Für digitale Desinformation und Propaganda ist typisch, dass sehr viele Taktiken und Methoden aus der Werbung oder aus dem digitalen Marketing kommen und da greift der Kreml auf die Expertise von privaten IT-Unternehmen und privaten Marketing- und PR-Firmen.

Sarah Zerback: Eine Strategie ist also Desinformation, zum Beispiel auch, wenn russische Staatsmedien Zweifel streuen, ob das Massaker im ukrainischen Butscha im Frühjahr 2022 stattgefunden habe. Oder wenn ein gefälschter Artikel auftaucht, der eine französische Nachrichtenseite imitiert und Präsident Macron mit den Epstein-Files in Verbindung bringt. Aber die russischen Staatsmedien und Akteure setzen auf mehr als falsche Informationen

Julia Smirnova: Manchmal ist es Verstärkung von bestimmten politischen Meinungen, aber mit Hilfe von manipulativen Methoden. Zum Beispiel bei bestimmten Kampagnen wird eine Vielzahl von Accounts in sozialen Medien angelegt, die alle anfangen, in einem Land eine bestimmte Partei zu unterstützen vor der Wahl. Das, was sie verbreiten, ist strikt genommen keine falsche Informationen, aber das sind keine echten Menschen aus den

Zielland, sondern Accounts, die aus Russland betrieben werden und deshalb sprechen wir hier von Informationsmanipulationen.

Sarah Zerback: Russland versucht auch Einfluss zu nehmen, indem es Netzwerke in den Zielländern aufbaut, mit Organisationen, die von Russland finanziert sind oder mit Akteuren, die Russland positiv gegenüberstehen. Solche Netzwerke gibt es auch nach Deutschland.

Julia Smirnova: Es gab schon lange, schon vor dem Beginn der großangelegten Invasion der Ukraine, Kontakte zwischen dem Kreml oder zwischen kremlfreundlichen Oligarchen und rechtsextremen rechtspopulistischen Kräften in Europa. Auch zu der AfD. AfD-Abgeordnete sind auf die annektierte Krim gereist oder in die besetzten Gebiete der Ukraine. Und durch verdeckte Propagandakampagnen versucht der Kreml die AfD zu unterstützen. Das war auch der Fall zum Beispiel bei der letzten Bundestagswahl. Zum einen haben verdeckte russische Propagandakampagnen Narrative unterstützt, die AfD-Narrativen sehr ähnlich waren. Und zum anderen gab es auch direkte Unterstützung der Partei AfD. Oder am unmittelbaren Wahltag verbreiteten russische Desinformationsakteure Falschbehauptungen über angeblichen Wahlbetrug zu Ungunsten der AfD.

Sarah Zerback: Russische Einflussnahme läuft in der Regel so ab: Zuerst wird analysiert, welche Narrative und Meinung schon in der Bevölkerung vorhanden sind. An genau die wird dann gezielt angedockt. Diese Strategie wendet Russland nicht nur im Ausland, wie eben rund um die deutsche Bundestagswahl an, sondern auch bei der eigenen Bevölkerung

Julia Smirnova: Auch im Inland betreiben russische Einflussakteure Monitoring von klassischen Medien, von sozialen Medien, von Diskussionen und suchen immer nach wunden Punkten. Sie suchen immer nach Argumenten, die verstärkt und weiterverbreitet werden können. Wenn wir über Propaganda im Inland sprechen, geht es in Russland sehr stark um die Kontrolle über den Informationsraum, also im Inland geht der Kreml viel drastischer vor. Es geht die praktische Kontrolle über Fernsehsender, über Zeitungen. Es geht um Zensur von Internetmedien. Die Propaganda wird auch im Bildungssystem verbreitet. Da hat natürlich der Kreml viel mehr Handlungsoptionen und viel mehr Spielräume. Aber auch dort werden regelmäßig Umfragen durchgeführt und es wird versucht auch bestimmte Narrative zu verstärken, zum Beispiel Angst vor einem angeblichen Angriff von außen. Der Angriff gegen die Ukraine wird als Verteidigung dargestellt und den Menschen wird in sehr unterschiedlichen Formen das Gefühl vermittelt, dass nicht Russland der Aggressorstaat ist, sondern dass Russland in Gefahr ist, in existenzieller Gefahr und dass sich Russland verteidigen muss. Dieses Gefühl wird mit Hilfe von Manipulationen der Narrative über Geschichte verstärkt, mit Hilfe von täglichen Nachrichten, die auf bestimmte Art und Weise instrumentalisiert werden. Dieses Thema ist in der russischen Propaganda sehr präsent.

Sarah Zerback: Und dabei geht es weniger darum, ganz bestimmte Informationen zu verbreiten, sondern vor allem um Verunsicherung, das gilt auch für Einflusskampagnen im Ausland.

Julia Smirnova: Es geht häufig bei diesen Kampagnen nicht darum, eine sehr glaubwürdige Lüge in die Welt zu setzen, die dann von allen aufgenommen wird, sondern es geht darum,

bestimmte Narrative einfach langfristig immer wieder zu verbreiten. Oder es geht darum, Zweifel an demokratischen Institutionen oder an den Medien zu säen. Es kann sein, dass einzelne Posts oder einzelne Behauptungen auch nicht immer gleich gut aufgenommen werden, aber der russische Staat kann es sich erlauben, immer wieder zu experimentieren und diese Narrative immer auf eine andere Art und Weise zu wiederholen, bis sie in bestimmten Zielgruppen Anklang finden.

Sarah Zerback: Desinformationskampagnen kommen nicht nur in Autokratien vor, sondern auch in Demokratien. So wiederholte etwa die US-Regierung unter George W. Bush nach dem 11. September und dem darauffolgenden War on Terror methodisch Falschaussagen, um den Irakkrieg zu rechtfertigen. Unter anderem mit der nicht belegbaren Behauptung, der Irak verfüge über Massenvernichtungswaffen. Seitdem hat sich technisch viel verändert, Desinformation und Propaganda haben heute mit Hilfe von KI noch mehr Möglichkeiten. Die nutzt auch Russland. Denn mit KI können massenhaft und sehr günstig Inhalte, Bilder und Videos erstellt werden. Auch hier geht es aber nicht in erster Linie um die Qualität der Fake News.

Julia Smirnova: Es geht dabei nicht darum, eine sehr feine Fälschung herzustellen, sehr glaubwürdige Desinformation, bei der das Zielpublikum gar nicht merkt, dass es KI ist, sondern momentan wird KI vor allem dafür verwendet, massenhaft billige Inhalte zu erstellen. Kommentare und Texte haben jetzt weniger Fehler und sie werden jetzt nicht zehnmal wortwörtlich wiederholt, sondern mit Hilfe von LLMs können russische Einflussakteure eigentlich sehr viele relativ authentisch klingende Texte in Fremdsprachen erzeugen.

Sarah Zerback: LLMs, das steht für Large Language Models. Sie werden mit riesigen Datensätzen trainiert, um menschliche Sprache zu verstehen und zu erstellen. Chatbots wie ChatGPT funktionieren zum Beispiel mit Hilfe von LLMs.

Julia Smirnova: Russische Einflussakteure sprechen auch darüber, westliche LLMs zu beeinflussen. Sie beobachten sehr genau, wie sie die Kommunikationstechnologien verwenden und sie sehen zum Beispiel, dass immer mehr Menschen in den Zielländern ihre Nachrichten oder ihre Informationen gar nicht mehr aus Medien oder sozialen Medien bekommen, sondern dass sie Fragen an KI-Chatbots stellen und es wird in Russland darüber gesprochen, dass man Strategien entwickeln soll, dass man die Desinformation so breit wie möglich streuen soll, sodass sie auch Eingang in Trainingsdaten für LLMs findet.

Sarah Zerback: Andererseits: KI kann auch zum Erkennen von Desinformation genutzt werden. Auch dafür gibt es Pilotprojekte, die Inhalte und Nachrichtenseiten auf Desinformation und Verlässlichkeit prüfen. Und ganz grundsätzlich sagt Julia Smirnova:

Julia Smirnova: Wir sollen jetzt auch nicht das Gefühl haben, dass die russische Propaganda allmächtig ist. Das ist sie nicht. Überhaupt, dass Russland so stark auf Desinformationspropaganda ist, das ist auch zum Teil ein Zeichen der Schwäche, der wirtschaftlichen Schwäche, der Schwäche Russlands in anderen Bereichen, aber im Vergleich zu anderen Ländern ist russische Propaganda besonders aggressiv und ziemlich innovativ.

Musik

Sarah Zerback: Wie stark die Wirkung von Desinformation auf politische Prozesse tatsächlich ist, das lässt sich schwer bemessen und in vielen Fällen spielt sie auch nur eine geringe Rolle. Trotzdem führt Desinformation, wie wir schon gehört haben, zu Verunsicherung und zu Vertrauensverlust, denn Desinformation verfängt in bestimmten Gruppen besonders gut. Und sie begegnet uns auch in zwischenmenschlichen Beziehungen. Denn viele kennen vielleicht solche Momente, in denen uns jemand gegenüber sitzt, der sein Weltbild und seine Meinung mit Fakten belegt, die wir für falsch halten, für Desinformation oder der uns genau das vorwirft. Mit welcher Haltung man in ein Gespräch geht, dem die gemeinsame Faktengrundlage fehlt und was so ein Gespräch bewirken kann, das erklärt Romy Jaster. Sie forscht und lehrt am Institut für Philosophie der Humboldt-Universität und verantwortet dort den Arbeitsbereich „Philosophie & Öffentlichkeit“ und sie sagt: Es kommt beim Sprechen über Desinformation vor allem auf mein eigenes Ziel an:

Romy Jaster: Ich kann versuchen, besser zu verstehen, was die andere Person eigentlich denkt. Ich kann versuchen, die zu überzeugen von meinem Standpunkt. Ich kann versuchen, meine eigenen Gründe zu schärfen in der Auseinandersetzung mit der eigenen Person, also zu gucken, wie gut kann ich eigentlich meinen Standpunkt begründen oder so. Das sind alles Ziele, mit denen man in ein Streitgespräch reingehen kann. Und abhängig von diesen Zielen und abhängig vom Setting, in dem das stattfindet, muss man jetzt quasi sich einzeln angucken: Macht es Sinn, mit dieser Person, unter dieser Zielsetzung, in diesem Setting über diese Sache zu streiten oder nicht?

Sarah Zerback: Einfach nur mit dem eigenen Standpunkt gewinnen zu wollen, das bringt einen nicht wirklich weiter, glaubt Romy Jaster. Es kann viel mehr helfen, erst mal einen gemeinsamen Rahmen abzustecken.

Romy Jaster: Die kleinste Menge an Streitregeln oder so Diskursregeln mit dem größten Effekt ist, dass man überhaupt erst mal zusammenfasst, was man überhaupt verstanden hat, was das Gegenüber gesagt hat. Aber dann eben auch im zweiten Schritt sagt, und weißt du, an den und den Stellen haben wir gar keinen Dissens. Das sehe ich auch so, das sehe ich auch so. Aber an dieser Stelle, und das wäre dann quasi der dritte Schritt, der häufig der erste ist, an dieser Stelle bin ich aber nicht deiner Meinung, und zwar aus den und den Gründen. Und dieser Zwischenschritt darüber zu gehen, wo eigentlich kein Dissens besteht, der ist wahnsinnig fruchtbar, also aus vielen Gründen. Einerseits atmosphärisch, andererseits, weil die Person dann sicher sein kann, dass man auch wirklich sich mit ihrem Standpunkt auseinandersetzt, aber eben auch, weil man selber gezwungen ist, sich klar zu machen, wo der Dissens eigentlich liegt und dadurch die Diskussion sehr viel fokussierter wird.

Sarah Zerback: So lässt sich ein Gespräch auch führen, wenn man selber nicht Expertin oder Experte auf einem Gebiet ist und ganz viele Fakten nennen kann. Romy Jaster zweifelt sowieso daran, dass man Desinformation ganz simpel mit Information, mit besseren Belegen und Quellen aus der Welt schaffen kann. Sie sieht uns in einer Krise, die das eben nicht einfach zulässt.

Romy Jaster: Da gibt es irgendwie Leute, die sagen falsche Dinge und speisen die in den öffentlichen Diskurs ein. Und jetzt muss es wiederum Leute geben, die das richtigstellen.

Das ist natürlich erst mal eine gute Idee. Aber das Problem an Desinformation geht ja viel weiter, nämlich ist die Desinformationskrise aus meiner Sicht im Kern eine Vertrauenskrise. Also gesamtgesellschaftlich kann man das, glaube ich, als Problem identifizieren, aber das ist natürlich auch ein Problem im 1 zu 1-Diskurs. Also wenn es jetzt darum geht, man diskutiert mit jemandem und stellt fest, diese Person glaubt die verrücktesten Dinge, dann wird man ja schnell feststellen, dass diese Person auch Quellen vertraut, die ich für unverlässlich halte. Und wenn ich dann mich so positioniere und sage, hör mal, diese Quellen sind nicht verlässlich, hier sind die verlässlichen Quellen, dann wird das Vertrauenslevel, was die Person mir gegenüber hat, eher senken. Und das ist ein riesiges Problem an dieser ganzen Vorstellung, dass man einfach nur immer korrigieren, korrigieren, korrigieren muss.

Sarah Zerback: Es könnte also auch helfen, wenn man bei so einem Konflikt eher darüber miteinander ins Gespräch kommt, wie diese unterschiedliche Informationslage eigentlich zustande kommt, sprich: sich über die Quellen austauscht.

Romy Jaster: Quasi auf so eine Metaebene zu gehen und sich darüber Gedanken zu machen gemeinsam, woran man eigentlich gute Quellen erkennt und dann aber auch mit einer gewissen Demut in dieses Gespräch zu gehen und zu sagen, ja, also tatsächlich ist es ja wahnsinnig schwierig, sich da zu orientieren. Und ich zum Beispiel mache das so und so und so, aber du scheinst ja das irgendwie anders zu machen. Und wie funktioniert das denn bei dir? Wie suchst du denn eigentlich die Quellen aus, die du so liest? Und warum vertraust du eigentlich denen, denen ich vertraue, nicht und dafür aber denen, denen du vertraust? Und auf diese Weise kann man ja schon auch Spannungen, sag ich mal, zutage fördern, in den Prinzipien, die Leute so an den Tag legen, um ihr Vertrauen in die einen Quellen und ihr Misstrauen in die anderen Quellen auch zu begründen. Das ist ja häufig nicht so konsistent zu begründen. Also warum, glaube ich, irgendwas, was Attila Hildmann über Impfen sagt, aber nicht, was das Robert-Koch-Institut übers Impfen sagt? Also nur, weil ich vielleicht Gründe habe, dem Robert-Koch-Institut zu misstrauen, gibt mir das noch lange keine guten Gründe, Attila Hildmann zu vertrauen. Und über diese Fragen kann man dann eben tatsächlich ganz gut miteinander ins Gespräch kommen. Auch wenn in der Sache sich da zwei Personen gegenüberstehen, die beide keine Ahnung von Viren, sage ich mal, haben.

Sarah Zerback: Romy Jaster motiviert dazu, solche Gespräche auszuprobieren, denn man könne dabei immer wieder etwas lernen oder besser verstehen. Aber es ist auch wichtig, das Ziel nicht zu hoch zu setzen. Denn Menschen halten gern an ihren Überzeugungen fest. Dass man die dann mal eben, in nur einem Gespräch aufgelöst bekommt mit diesem Streitziel wird man wahrscheinlich scheitern.

Romy Jaster: Das Streitziel, einfach genauer zu verstehen, wie eigentlich die andere Person tickt, das sollte man nicht geringschätzen. Meistens sind das ja nicht nur Einzelpersonen, die dann so denken, sondern das steht ja häufig für eine Denkrichtung innerhalb der Gesellschaft. Und irgendwie dann so ein Exemplar sich rausnehmen zu können und mal wirklich genauer zu verstehen, wie das eigentlich in deren Denken alles miteinander zusammenhängt, das ist, finde ich, schon ein Erfolg ehrlich gesagt. Und klar, wenn man

jetzt irgendwie, wenn einem jetzt an der Person gelegen ist und man möchte, dass die zu mehr haltbaren Überzeugungen kommt, dann wäre natürlich irgendwie das Ziel und entsprechend auch der Erfolg, dass die Person mindestens mal so ein bisschen ins Nachdenken kommt. Aber sich irgendwie als Ziel zu setzen, dass man einmal mit jemandem diskutiert und danach sieht die Person wichtige Dinge grundlegend anders, das ist vollkommen unrealistisch in aller Regel.

Sarah Zerback: An kleinen Veränderungen Anteil zu haben, das ist das, was wir als Einzelne leisten können, um der Vertrauenskrise, von der Romy Jaster spricht, entgegenzuwirken.

Romy Jaster: Man kann natürlich sagen, ja da sind jetzt Medien und Politik und Rechtsprechung und so weiter, die sind alle jetzt gefordert, aber ich kann ja gar nichts machen. Das glaube ich nicht, sondern diese Aufrechterhaltung von Vertrauensbeziehungen zum Beispiel oder der Wiederaufbau von Vertrauensbeziehungen zu anderen Einzelpersonen, der spielt auch eine wichtige Rolle. Da gibt es schon einen erheblichen Effekt, wenn alle Leute sich darum bemühen, würde ich mal denken. Insofern scheint mir das schon etwas zu sein, worauf man auch hinarbeiten kann. Dafür ist es aber nötig, die Diskursräume sehr weit offen zu halten. Man muss sich immer angucken, in welchem Setting. Aber sich dem 1 zu 1-Gespräch mit Andersdenkenden strukturell zu verschließen, das scheint mir zum Beispiel etwas zu sein, was keine besonders ratsame Strategie ist, jetzt in der Situation, in der wir uns befinden. Ob jetzt jeder Standpunkt eine öffentliche Bühne bekommen muss oder sowas, das ist davon noch mal komplett unabhängig. Aber der mögliche Schaden, der entsteht, wenn ich mich mit einer anderen Person in der Sache auseinandersetze, der ist ja nicht wirklich zu sehen.

Musik

Sarah Zerback: Was wir also mitnehmen können:

1. Die Menge an Desinformation und ihren Einfluss zu messen, das ist schwierig. In jedem Fall können Desinformationen Medienvertrauen nachhaltig beschädigen. In Deutschland gibt es zwar Millionen Menschen, die den Medien sehr misstrauisch gegenüberstehen, im internationalen Vergleich zeigt sich in Deutschland aber ein stabiles Grundvertrauen in die Medien. Das hat Tanjev Schultz aus seiner Forschung berichtet.
2. Mit Russland sehen wir derzeit ein sehr präzises Beispiel für den politischen Einsatz von Propaganda und Desinformation. Hier spielt vor allem die breite und langfristige Streuung von Falschinformationen und pro-russischen Narrativen eine Rolle. Die führt zu einer allgemeinen Verunsicherung in der russischen Bevölkerung und destabilisiert politische Prozesse im Ausland. Das hat Julia Smirnova erklärt.
3. Desinformationen einfach mit Fakten aus der Welt zu schaffen, das ist schwer. Ein Ziel für Gespräche kann viel mehr sein, herauszufinden, wo man sich noch einig ist, wie man seine Quellen wählt und vielleicht ein bisschen Bewegung ins Denken zu bringen. Das meint Romy Jaster.

Musik

Das war „Aus Politik und Zeitgeschichte“. In der APuZ-Ausgabe mit dem Titel „Propaganda und Desinformation“ können Sie noch mehr zum Thema lesen. Den Link dazu finden Sie in den Shownotes. Wir freuen uns natürlich über Feedback zu diesem Podcast. Fragen, Lob, aber auch Kritik können Sie uns schicken an apuz@bpb.de. In vier Wochen erscheint dann die nächste Folge und sprechen wir über Pazifismus. Mein Name ist Sarah Zerback, bis zum nächsten Mal.

Musik

Passend zum Thema Propaganda und Desinformation haben wir noch einen Podcast-Tipp für Sie.

O-Ton Podcast „The Playbook:

Hi, wir sind Maria Skura und Sally Lisa Starken und das hier ist „The Playbook“.

Fragt ihr euch auch, warum erleben wir gerade jetzt so viele Angriffe auf unsere Demokratie?

Warum stehen Medien, Justiz, Wahlen, Zivilgesellschaft, Wissenschaft und Kultur weltweit unter Druck? Und was passiert, wenn die Rechtsstaatlichkeit bröckelt? Und vor allem, wie können wir uns dagegen wehren? Wie das Drehbuch der Autokratie umschreiben? Und was macht Demokratien wirklich resilient? Genau darum geht es in diesem Podcast. Gemeinsam mit Expertinnen reisen wir in Länder wie Estland, Ungarn, Frankreich und die USA, Orte, die uns zeigen, wohin demokratische Erosion führen kann, aber auch, wie demokratische Erneuerung gelingt. Und am Ende sehen wir, was das für uns in Deutschland bedeutet und was von den Erfahrungen anderer lernen können.

Musik

Wir haben eben Möglichkeiten in der Hand, uns gegen Autoritarismus und Extremismus zu wehren. Die Frage ist, ob wir es auch anwenden. Abonniert „The Playbook“, um keine Folge zu verpassen. Macht euch gemeinsam mit uns auf die Suche nach Antworten für starke, widerstandsfähige Demokratien.

Musik

Sarah Zerback: Der Podcast „Aus Politik und Zeitgeschichte“ wird von der APuZ-Redaktion in Zusammenarbeit mit hauseins produziert. Redaktion für diese Folge: Lorenz Abu Ayyash, Gina Enslin und Isabel Röder. Produktion: Oliver Kraus. Musik: Joscha Grunewald. Am Mikrofon war Sarah Zerback. Die Folgen stehen unter der Creative Commons Lizenz und dürfen unter Nennung der Herausgeberin zu nichtkommerziellen Zwecken weiterverbreitet werden.