

Manipulation im Netz. Kanäle russischer Desinformation



Мой
Компьютер

Удалённые

Загрузки

Загрузки

File Edit View Help

- | | | |
|------------------------|-------------------|--------------------|
| Обнуление | Тоталитаризм | Чистка аппозиции |
| Поправки в Конституцию | Скрепы | «Правосудие» |
| Коррупция | Култ личности | Бесконечные налоги |
| Пенсионная реформа | Гулаг | Едросня |
| Военная операция | Репрессии | |
| Олигархи | Инфляция | |
| Распродажа ресурсов | Нищета | |
| Цензура | Двойные стандарты | |
| Пропаганда | Дворцы чиновников | |

object(s)

22 лет

Удалённые

File Edit View Help

- Счастливого будущее
- Достойные пенсии
- Образование
- Развитие промышленности
- Современная медицина
- Освоение космоса
- Благоустройство городов
- Свобода слова
- Гражданские права
- Честные выборы
- Независимые СМИ
- Развитие экономики
- Правосудие
- Автопром

object(s)

Пуск

Удалённые

Загрузки

Bei **unterstrichenen Textpassagen** handelt es sich um **Verlinkungen**. Diese finden Sie auch als **QR-Codes** in den Abschnitten „Material für den Unterricht“ und „QR-Codes zum Material“.

Inhalt

Editorial, Impressum	2
Präambel	3
Fachliche Einführung	4
Didaktischer Kommentar für Lehrkräfte	9
Material für den Unterricht:	
Aufgabe 1 Der Krieg auf dem Screen	14
Aufgabe 2 Meme Wars	14
Aufgabe 3 Social Media als Instrument der Desinformation	15
Aufgabe 4 Russische Desinformation	16
QR-Codes zum Material	17
Die Reihe im Überblick	19

Zu den Autor/-innen

Dr. Matthäus Wehowski hat in Tübingen und Moskau Geschichtswissenschaft und Slawistik studiert und in Tübingen promoviert. Von 2018 bis 2023 war er wissenschaftlicher Mitarbeiter am Hannah-Arendt-Institut für Totalitarismusforschung an der TU Dresden. Im November 2024 erschien das gemeinsam mit Steffen Kailitz und Sebastian Ramisch-Paul verfasste Buch „Demokratisierung an den Grenzen der Nation“ über die Staatsbildung in Ostmitteleuropa nach dem Ersten Weltkrieg. Aktuell ist Matthäus Wehowski als Projektleiter bei den „Firmenhistorikern“ tätig und forscht hauptsächlich zur Wirtschaftsgeschichte im Nationalsozialismus.

Mandy Ganske-Zapf arbeitet als freie Journalistin zu Osteuropa. Zwei Jahre hat sie in Russland gelebt, außerdem zahlreiche Recherchereisen ins Land unternommen. Sie beschäftigt sich vor allem mit Politik, Medien(un)freiheit und Gesellschaft in Russland.

Gemeinsam mit Tamina Kutscher führt sie seit 2023 Schulworkshops zum Thema „Russische Propaganda erkennen“ durch, gefördert von der Marion Dönhoff-Stiftung und in Kooperation mit der Landeszentrale für politische Bildung Sachsen-Anhalt. Gemeinsam mit Prof. Cindy Wittke hat sie das Buch „Frieden verhandeln im Krieg – Russlands Krieg, Chancen auf Frieden und die Kunst des Verhandelns“ geschrieben (2024 bei Quadriga). An der Hochschule Magdeburg-Stendal lehrt sie regelmäßig im Studiengang Journalismus.

Anita Vogelmann hat in Bonn den Masterstudiengang Politikwissenschaften abgeschlossen. Schwerpunkte in ihrem Studium waren Fragen der europäischen und postsowjetischen Identität sowie der europäischen Sicherheitspolitik. Als Mitarbeiterin der Stiftung Deutsch-Russischer Jugendaustausch arbeitet sie derzeit vor allem zu den Themen Propaganda und Desinformation sowie antiosteuropäischer Rassismus.

Impressum

Herausgeberinnen: Bundeszentrale für politische Bildung/bpb, Bundeskanzlerplatz 2, 53113 Bonn; www.bpb.de
Stiftung Deutsch-Russischer Jugendaustausch gGmbH/
Stiftung DRJA, Mittelweg 117b, 20149 Hamburg;
www.stiftung-drja.de
E-Mail der Redaktion: heike.winkel@bpb.de,
meike.koehler@stiftung-drja.de
Redaktion: Dr. Heike Winkel (verantwortlich),
Rüdiger Marx (verantwortlich), Meike Köhler
Autor/-innen: Mandy Ganske-Zapf,
Anita Vogelmann, Dr. Matthäus Wehowski
Fachwissenschaftliches Gutachten:
Prof. Dr. Jan Claas Behrendts
Lektorat und Korrektorat: Mandy Ganske-Zapf,
Tamina Kutscher
Gestaltung: Mohr Design, Köln
Druck: Kern GmbH
Titelfoto: sibreal.org
Redaktionsschluss: 1. Mai 2025
Veröffentlichung: Dezember 2025
ISBN: 978-3-8389-7278-7, **Bestell-Nr.** 5469

Lizenz

© Bundeszentrale für politische Bildung und Stiftung Deutsch-Russischer Jugendaustausch gGmbH, 2025.
Dieses Werk ist unter der Lizenz **Creative Commons Namensnennung 4.0 International (CC BY 4.0)** veröffentlicht. Die Nutzung ist unter Angabe der Urheber/-innen und Herausgeberinstitutionen sowie der Quelle gestattet. Weitere Informationen zur Lizenz finden Sie unter <https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/deed.de>.



Hinweis

Diese Veröffentlichung stellt keine Meinungsäußerung der Bundeszentrale für politische Bildung/bpb oder der Stiftung Deutsch-Russischer Jugendaustausch dar. Für die inhaltlichen Aussagen tragen die Autoren/-innen die Verantwortung. Die bpb und die Stiftung DRJA sind für Angebote und Inhalte von Dritten (z. B. Internetseiten) nicht verantwortlich.



Präambel

„Умом Россию не понять“ – Russland ist mit dem Verstand nicht zu begreifen. So brachte der Dichter Fjodor Tjutschew das russische Selbstverständnis auf den Punkt. In Europa ist man dem lange gefolgt. Ein solch erklärter Blick auf die „russische Seele“ hat jedoch die Sicht auf imperiale Traditionen und die autoritären Entwicklungen Russlands seit der Jahrtausendwende verstellt.

Der großflächige Angriffskrieg gegen die gesamte Ukraine hat endgültig gezeigt: Ein Umdenken ist dringend geboten. Das gilt auch für die schulische Bildung. In Fächern wie Geschichte und Politik spielen Russland und der postsowjetische Raum kaum eine Rolle. Ziel des Russischunterrichts war es hingegen über einen langen Zeitraum, überhaupt Interesse zu wecken an Russland und der russischen Kultur. Dafür wurden antidemokratische Entwicklungen im Land ausgeblendet. Dabei diskutiert die Fachdidaktik schon seit längerem darüber, dass Fremdsprachenunterricht auch als historisch-politische Bildung zu begreifen ist.

Die Bundeszentrale für politische Bildung und die Stiftung Deutsch-Russischer Jugendaustausch haben vor diesem Hintergrund Material für den Unterricht entwickelt. Die Reihe „Russisch im Kontext. Impulse für den Unterricht“ bietet unterschiedliche Anknüpfungspunkte für neue Perspektiven auf Russland und den Raum „Post-Ost“: russischer Imperialismus und sowjetische Nationalitätenpolitik, Kampf um nationale Selbstbestimmung (mit dem Schwerpunkt Ukraine), nationale und ethnische Vielfalt im postsowjetischen Raum, russische Propaganda und Desinformation.

Das vorliegende Heft beleuchtet die Rolle von Social Media im Kontext des Krieges gegen die Ukraine. Dabei stehen drei Aspekte im Zentrum:

1. Social Media als Werkzeug der Meinungsmanipulation

Das Material zeigt Lernenden, wie Social Media eingesetzt wird, um gesellschaftliche Diskurse zu beeinflussen. Dabei kommen sowohl prorussische Inhalte der Desinformation in den Blick als auch proukrainische, die informieren und aufklären sollen.

2. Russische Desinformation

Am Beispiel der russischen Doppelgänger-Kampagne erkennen die Schülerinnen und Schüler, wie Russland Desinformation verbreitet, um die Unterstützung für die Ukraine in Deutschland und der EU zu delegitimieren.

3. Medienkompetenz und kritisches Denken fördern

Das Heft sensibilisiert Lernende für die Mechanismen und Gefahren der Desinformation. Ziel ist es, Schülerinnen und Schüler zu befähigen, Nachrichtenquellen kritisch zu hinterfragen und Desinformation zu erkennen.

Als Herausgeberinnen und Herausgeber hoffen wir, dass die Auseinandersetzung mit diesen Materialien die Lernenden dafür sensibilisiert, welche Bedeutung Social Media für die Verbreitung von Desinformation hat und sie in ihrer Medienkompetenz stärkt.

Die Publikationsreihe „Russisch im Kontext. Impulse für den Unterricht“ verdankt ihre Entstehung auch Frau Prof. Dr. Anka Bergmann (1965 † 2025) und ihrer Forderung nach einem veränderten Russischunterricht. Mit dem ihr eigenen klaren Blick erkannte und benannte sie die Notwendigkeit, Russischunterricht auch als historisch-politische Bildung zu begreifen. Die Herausgeber/-innen erinnern sich dankbar an den Austausch mit Anka Bergmann, der die Inhalte der Publikationsreihe geprägt hat.*



Manipulation im Netz.

Kanäle russischer Desinformation

Nukleare Wolken auf dem Weg in Richtung Westen, Stechmücken als Biowaffen, Neonazis, die sich mit NATO-Generälen treffen und vieles mehr: Aus Russland werden soziale Medien mit Massen an Absurditäten, Halbwahrheiten und gefälschten Inhalten geflutet. Dabei handelt es sich um Desinformation – ein Instrument im Werkzeugkoffer der russischen Propaganda (siehe dazu „Was ist was?“ auf Seite 11). Mit Desinformation verfolgt der Kreml mehrere Ziele. Grundsätzlich soll die Glaubwürdigkeit von faktenbasierter Information untergraben und das Vertrauen in unabhängig arbeitende Medien zerstört werden. Zugleich sollen europäische Gesellschaften beeinflusst werden, um beispielsweise politische Unterstützung und westliche Militärhilfe für die Ukraine zu verhindern. Doch wie genau funktioniert russische Desinformation über Social Media, mit welchen Inhalten wird gearbeitet und wer produziert sie?

Erzählungen der russischen Desinformation: Schreckgespenst Migration

Ein bewährtes Verfahren der russischen Desinformation besteht darin, Bedrohungs- und Verfallsszenarien heraufzubeschwören. Dabei spielt die Plausibilität des entsprechenden Szenarios keine Rolle. Ein Beispiel dafür ist das Thema Migration: Russland betont zwar gerne seine eigene Multiethnizität. Tatsächlich leben rund 17 bis 20 Millionen Muslim/-innen im Land, darunter im Nordkaukasus und in der Teilrepublik Tatarstan. Trotzdem benutzt die russische Propaganda ausgerechnet die muslimische Migration nach Europa als ein zentrales Motiv, um Angst, Hass und Hetze zu verbreiten – und zwar schon seit 2014/2015: Damals flohen mehr als eine Million Menschen vor den Folgen des syrischen Bürgerkriegs – in den Russland eingriff – in die EU und nach Deutschland. Ein besonders wirkmächtiges und bekanntes Beispiel aus dieser Zeit ist der „Fall Lisa“, eine Desinformationskampagne, die sowohl über klassische als auch über soziale Medien betrieben wurde: Ein Mädchen aus einer deutsch-russischen Familie namens Lisa verschwand im Januar 2016 in Berlin-Marzahn auf dem Nachhauseweg. Nachdem sie wenige Tage später wieder aufgetaucht war, behauptete sie, von arabischen Migranten entführt und vergewaltigt worden zu sein. Wie sich erst später herausstellte, war das eine Notlüge gegenüber den Eltern.¹ In der Zwischenzeit war die Lüge publik geworden: Es gab Demonstrationen, die NPD und PEGIDA instrumentalisierten den Fall und mobilisierten dafür; das russische Staatsfernsehen griff die Geschichte bereitwillig auf und nutzte sie für die eigenen Ziele. Der „Fall Lisa“ verbreitete sich rasant auf Social-Media-Plattformen.² Schließlich schaltete sich selbst der russische Außenminister Sergej Lawrow in die Ermittlungen ein und warf der deutschen Regierung vor, den Fall vertuschen zu wollen – sie sei zu „politisch korrekt“.³ Als er in diesem Zusammenhang von „nascha Lisa“ (unsere Lisa) sprach, bekam das eine bedrohliche Note – weil Russland außenpolitisch stets von den „Unseren“ spricht, die man nicht im Stich lasse. Sowohl im Krieg in der Ostukraine seit 2014 als auch seit

der Vollinvasion im Februar 2022 ist es Moskaus rhetorische Strategie, sich als Schutzmacht der russischsprachigen Ukrainer/-innen zu inszenieren und so den Angriff gegen die Ukraine legitim erscheinen zu lassen.

In den Jahren nach 2014 nahm die Zahl manipulierter, aus dem Kontext gerissener oder bewusst falsch zugeordneter Bilder und Filme über muslimische Migrant/-innen immer mehr zu. Recherchen unabhängiger Journalist/-innen deckten auf, dass dabei in Russland im großen Stil Nutzerkonten gefälscht wurden (und werden), in denen bezahlte Trolle als vermeintliche Privatpersonen auf Facebook, X (ehemals Twitter) und Co. auftreten.⁴ Sie verbreiten Inhalte zu einer breiten Palette von Themen. Es ging und geht weiterhin um den vermeintlich im Verfall begriffenen Westen – wovon die Migration als ein Symptom von vielen zeugen soll – und es geht gegen die USA und die EU. Als Beleg dafür wird auch der angebliche Verlust der traditionellen Familie beklagt. Nicht heteronormative Lebensweisen, sei es als homo- oder transsexuelles Paar, werden abgewertet.⁵ Die Strategien wurden über die Jahre ausgebaut und auf alle neu entstandenen Social-Media-Plattformen, wie etwa TikTok, ausgeweitet. Auch die Auslandsaktivitäten nahmen stetig zu. Waren die Trolle Anfang der 2010er Jahre noch stark auf das russische Inland ausgerichtet, kamen schließlich ukrainisch-

¹ Erst die juristische Aufarbeitung hat den Fall im Jahr 2017 abschließend geklärt: Es gab eine Gerichtsverhandlung, weil es zwischen Lisa F. und dem damals Angeklagten zu einvernehmlichem Geschlechtsverkehr gekommen war – er war 24 Jahre alt, sie mit 13 noch minderjährig. Daher wurde er wegen Kindesmissbrauchs zu einem Jahr und neun Monate Haft auf Bewährung verurteilt.

² Vgl. Markus Wehner: „Hacker, Propaganda, Wahlmanipulation. Moskaus Informationskrieg im Westen“, in: Osteuropa (2017) 34, S. 3–17. Analyse der Twitter-Verbreitung vgl. Sonja Kolonko: „Der Fall Lisa: Wie Fake News unsere ‚Filterblase‘ beeinflussen“, 4. 7. 2018

³ Nikita Jolkver: „Der ‚Fall Lisa‘ ein Jahr danach. War da was?“, 11. 1. 2017

⁴ Vgl. Markus Wehner: „Hacker, Propaganda, Wahlmanipulation. Moskaus Informationskrieg im Westen“, in: Osteuropa 34/2017, S. 3–17. Für einen Überblick über die Entwicklung der Troll-Agenturen zwischen 2013 und 2017 vgl. Ben Nimmo und Aric Toler: „Rossijskije schurnalisty protiv ‚fabriki trollei‘“ (Russische Journalisten gegen die „Trollfabrik“), 27. 3. 2018

⁵ Die russische Staatspropaganda hat dazu den diffamierenden Begriff „Gayropa“ geprägt.

und englischsprachige Abteilungen hinzu.⁶ Später auch deutschsprachige. Ein Beleg für die mittlerweile umfangreichen Desinformationsaktivitäten, die sich speziell gegen Deutschland richten, ist die sogenannte Doppelgänger-Kampagne, die Anfang 2024 aufgedeckt wurde: Das Auswärtige Amt kam nach einer Prüfung zu dem Schluss, dass dabei massenhaft gefälschte Accounts und zehntausende Bots prorussische Propaganda betreiben.⁷ Verbreitet wurden beispielsweise auch Videos mit „migrantisch“ aussehenden Menschen, oftmals dunkler Hautfarbe, die Gewaltkriminalität ausüben. Zeitpunkt, Ort und Kontext dieser Videos – häufig verfälscht. Über Messengerdienste wie Telegram, das eine große Rolle in der Verbreitung russischer Desinformation spielt, erreichen solche Filme mitunter ein Millionenpublikum. Seit Februar 2022 werden in gefälschten Videos auch ukrainische Geflüchtete als kriminelle Gewalttäter/-innen präsentiert.⁸ Außerdem wurden für die sogenannte Doppelgänger-Kampagne Webseiten deutscher Qualitätsmedien nachgebaut: Die Artikel enthielten ausschließlich russische Desinformation, während ihr Layout bekannten seriösen Medien glich. Links zu diesen Inhalten wurden breit in sozialen Netzwerken gestreut.

Im Jahr 2022 wiederholte sich ein ähnliches Szenario wie im „Fall Lisa“, das zwar weniger hohe Wellen schlug, aber dem gleichen Muster entsprach: Auf TikTok ging das Video einer Frau viral. Darin erzählte diese sichtlich betroffen, dass ein russischsprachiger 16-Jähriger in Euskirchen totgeprügelt worden sei. Die Täter, so sagt sie, seien ukrainische Geflüchtete gewesen. Das Video wurde rasend schnell von der russischen Propaganda aufgegriffen und zum Skandal hochstilisiert. Ukrainische Geflüchtete – Hunderttausende waren gerade erst nach Deutschland gekommen – wurden dabei als gewaltbereit gegenüber Russ/-innen oder russischsprachigen Menschen dargestellt. Das diente zum einen dazu, in der deutschen Gesellschaft Vorbehalte gegenüber ukrainischen Geflüchteten zu fördern, und zum anderen, die Ukraine als Nation zum Feindbild zu machen. Wie im „Fall Lisa“ stellte sich erst später heraus, dass es den Vorfall mit dem Jungen nie gegeben hatte. Die

Richtigstellung in den Medien bekam am Ende kaum jemand mit. Wie so häufig hatte die Desinformationskampagne eine größere Reichweite als die nachfolgende Aufklärung.

„Biowaffen und nukleare Wolken“: Atomare Angstkampagnen

Zu den Themen der russischen Desinformation zählt auch die Angst vor dem Einsatz von Massenvernichtungswaffen. Das knüpft unter anderem daran an, dass seit dem Kalten Krieg und der Reaktorkatastrophe von Tschernobyl im April 1986 die Angst vor einer nuklearen Eskalation oder einer nuklearen Katastrophe aus dem „Osten“ gerade in Deutschland weit verbreitet ist.⁹ Insbesondere seit der groß angelegten Invasion in die Ukraine wird versucht, auf vielfältige Weise Angst zu schüren: Die Behauptung, in ukrainischen Labors seien Biowaffen hergestellt worden, war vor allem zu Beginn der Invasion von russischer Seite zu hören, verschwand dann aber allmählich aus dem Katalog der Verschwörungstheorien.¹⁰

Stattdessen rückten die atomaren Gefahren des Krieges in den Fokus, gepusht auch von hochrangigen Vertreter/-innen der politischen Elite in Russland: Im Frühjahr setzte der damalige Sekretär des russischen Sicherheitsrates, Nikolaj Patruschew, das Gerücht in die Welt, es würde eine nukleare Wolke in Richtung Europa ziehen, ein „Anstieg der Radioaktivität“¹¹ sei für Polen bereits nachweisbar. Auslöser sei angeblich kürzlich gelieferte US-amerikanische Uranmunition in einem von russischen Präzisionswaffen zerstörten Waffenlager. Zahlreiche Social-Media-Accounts auf Facebook, Twitter und Telegram verbreiteten Beiträge über die „radioaktive Wolke“ und verwiesen dabei auf eine – bewusst falsch interpretierte – Grafik. Die polnische Atomenergieagentur PAA gab schließlich öffentlich bekannt, dass sie keine auffälligen Strahlenwerte feststellen konnte. Die Story war pure Fiktion.¹² Dieses Beispiel zeigt eindrucksvoll, wie russische Propaganda über Social Media häufig funktioniert: Ein emotionales und Ängste weckendes Thema wird aufgegriffen, mit einem realen Ereignis (in dem Fall die Lieferung uranhaltiger Munition) verknüpft, dann über diverse Social-Media-Kanäle und Plattformen mit gefälschten oder aus dem Kontext genommenen Bildern und Daten veranschaulicht. Für das massenhafte Verbreiten sorgen Fake-Accounts, Bots, ebenso ganz normale Nutzer/-innen, die den Inhalten Glauben schenken. Untersuchungen aus den USA zeigen inzwischen auch, dass die immer beliebter werdenden Chatbots wie ChatGPT bisher nicht in der Lage sind, Propaganda stets sauber von faktenbasierter Information zu unterscheiden.¹³

Angstkampagnen haben seit Beginn des großflächigen Krieges gegen die Ukraine noch weitere Gesichter: Via Social Media wurde Angst geschürt vor kalten Wohnzimmern nach Stopp der Gaslieferungen aus Russland, Angst vor wirtschaftlichem Abstieg infolge der Sanktionspolitik gegen Russland und Angst vor atomarer Eskalation des Krieges für den Fall, dass „man Putin in die Enge treibt“, wie es etwa in einem KI-generierten Song auf TikTok hieß.

⁶ Vgl. Tvrain.tv: „Bywyschi kremlewski „troll“ rasskasal, kak ustrojena propagandna isnutri“ (Ehemaliger russischer Troll berichtet, wie die Propaganda von innen aufgebaut ist), 23.3.2015

⁷ Vgl. Auswärtiges Amt: Deutschland im Fokus der pro-russischen Desinformationskampagne „Doppelgänger“, Technischer Bericht zur Analyse des Auswärtigen Amtes, 5.6.2024; vgl. Marcel Rosenbach und Christoph Schult: „Baerbocks Digitaldetektive decken russische Lügenkampagne auf“, 26.1.2024; vgl. Simon Marti: „Wie die Schweiz mitten im Wahlkampf ins Visier der russischen Propaganda geriet“, 14.10.2023

⁸ Vgl. Sebastian Erb, Saladin Salem, Jörg Schmitt, Lina Verschwele und Lea Weinmann: „Propaganda vom Fließband“, 17.9.2024

⁹ Neuere Untersuchungen legen nahe, dass bereits die Protestbewegung gegen den „NATO-Doppelbeschluss“ 1983 durch sowjetische Propaganda befeuert wurde. Vgl. Michael Hänel: „Wie russische Einflussnehmer die deutsche Friedensbewegung unterwanderten“, 19.10.2023

¹⁰ Dies war vor allem ein Rückgriff auf die Propaganda der Sowjetunion während des Kalten Kriegs: In den frühen 1950er Jahren warf Moskau den USA vor, Käfer und Stechmücken als Biowaffen einzusetzen.

¹¹ Tass.ru: „Patruschew predupredil ob nadwigajuschtschemsja s Ukrainy na Jewropu radioaktivnom oblake“ (Patruschew warnt vor einer aus der Ukraine Richtung Europa kommenden radioaktiven Wolke), 19.5.2023

¹² Vgl. ENR: „Fact check: Chart shows the effect of rainfall, not „radioactive cloud““ (Grafik zeigt die Auswirkungen von Niederschlag, nicht einer „radioaktiven Wolke“), 6.6.2023

¹³ Vgl. Emma Woollacott: „Top AI chatbots spread russian propaganda“ (Top-KI-Chatbots verbreiten russische Propaganda), 20.6.2024

Diskreditierung der Ukraine

Russische Desinformationsaktivitäten wirken unter anderem deshalb gut, weil es in der Bevölkerung in Deutschland große Wissenslücken bezüglich der Ukraine gibt, die ausgenutzt werden können. Die fehlende öffentliche Wahrnehmung für die Geschichte, Kultur und Gesellschaft der Ukraine liefert der russischen Propaganda ein Einfallstor. So wird beispielsweise immer noch von vielen in Deutschland die russische Propagandalüge geglaubt, die Ukraine sei „schon immer russisch gewesen“. Richtig ist dagegen, dass beide Staaten, sowohl die Ukraine als auch Russland, historische Wurzeln haben, die auf das Mittelalterreich Kyjiwer Rus zurückgehen. Die Gebiete der einstigen Kyjiwer Rus gehören heute zu drei Staaten: der Ukraine, Belarus und Russland. Eine Zugehörigkeit der Ukraine zu Russland lässt sich daraus also nicht ableiten.

Viele Herabwürdigungen der Ukraine werden von Putin selbst in die Welt gesetzt und damit autorisiert.¹⁴ Vor Mitgliedern des russischen Sicherheitsrates bezeichnete er beispielsweise die demokratisch gewählte Regierung der Ukraine als „Haufen Drogensüchtiger und Neonazis“¹⁵. In sozialen Medien erschienen seit Beginn der Vollinvasion passend dazu regelmäßig manipulierte Bilder und Videos, die dem ukrainischen Präsidenten Wolodymyr Selenskyj Drogenkonsum unterstellen. In einem besonders drastischen Fall griff ein solches Video auch gezielt auf antisemitische Erzählungen über Selenskyj zurück.¹⁶

Auch der angebliche Kauf von Immobilien, Autos oder anderen Luxusprodukten durch Selenskyj und seine Familienangehörigen sind ein beliebtes Motiv. Dabei werden ebenfalls manipulierte Videos, Bilder oder Dokumente massenhaft über Messenger oder Social-Media-Plattformen geteilt. Ein konkretes Beispiel ist etwa die Behauptung, Selenskyjs Frau Olena habe bei einem Besuch in Frankreich ein 4,5 Millionen Euro teures Luxusauto erworben. KI-generierte Videos, gefälschte Dokumente und ein gefälschtes Social-Media-Profil eines angeblichen Verkäufers sollten als „Beweise“ herhalten. Die aufwendig gestaltete Kampagne erreichte Millionen Views und wurde in mehrere europäische Sprachen übersetzt.¹⁷ Ziel dieser Desinformationskampagne ist es, Stimmung gegen die finanzielle Hilfe und die militärische Unterstützung des Westens für die Ukraine zu machen.

Russische Desinformation: Macher und Methoden

Desinformation wird von verschiedenen Akteur/-innen in Russland produziert und verbreitet: Dazu gehören Agenturen, die sich auf Desinformation spezialisiert haben, hochrangige politische Vertreter/-innen, die Halbwahrheiten und Lügen in die Welt setzen, und ebenso die Propagandist/-innen in den russischen Medienbetrieben. Zahlreiche Belege zeigen, dass der Kreml dabei eine zentrale Rolle spielt. Sergej Kirilenko, ein enger Vertrauter Wladimir Putins, koordiniert beispielsweise als stellvertretender Leiter der Präsidentschaftsverwaltung die (Auslands-) Propaganda im Internet. Sein Sohn, Wladimir Kirilenko, ist seit 2021 Chef des größten innerrussischen sozialen Netzwerks Vk.ru. Russlands Propagandaapparat hat einen sehr genauen Blick auf westliche Gesellschaften entwickelt und passt seine Erzählungen der jeweiligen Zielgruppe genau an. Dies ge-

schieht, indem für einzelne Länder bestimmte thematische Schwerpunkte festgelegt werden, um das gesetzte Ziel – den Versuch, Gesellschaften zu spalten und das Vertrauen in deren staatliche und demokratische Institutionen zu schwächen – genau zu verfolgen. Für die Propaganda-Produzent/-innen gibt es Vorgaben, wie viele Postings, Kommentare oder Videos täglich entstehen sollen und zu welchen Themen: für Deutschland etwa zu Migration, zur Energiekrise und zur Angst vor der atomaren Gefahr; für die USA etwa zum Besitz von Waffen und zu Black-Lives-Matter-Fragen.¹⁸ Einen wichtigen Grundstein für das gesamte Vorgehen bei russischen digitalen Desinformationskampagnen legte der spätere Milizenführer Jewgeni Prigoschin (1961 – 2023), der als „Putins Koch“ bekannt war. Prigoschin stammte aus dem kriminellen Milieu St. Petersburgs und baute in den 1990er Jahren eine Kette von Restaurants und Lebensmittelgeschäften auf. Seine persönlichen Kontakte zu Putin nutzte er, um Anfang der 2000er Jahre durch staatliche Aufträge für die Essensversorgung von Schulen und Militär zum Milliardär zu werden.¹⁹ Als sich im Jahr 2011 immer mehr Eltern in Internetforen über die schlechte Qualität des Schulessens beschwerten, ließ Prigoschin diese mit einer Flut von Fake-Kommentaren überschwemmen, die entweder das Essen überschwänglich lobten oder sich über die kritischen Kommentare der Eltern lustig machten. Damit ging die Kritik in einem Schwall von „Informationsmüll“ unter. Diese Taktik ist später Teil seiner strategischen Arbeit geworden – in seiner Trollfabrik in St. Petersburg, die mutmaßlich auch für Eingriffe in französische und US-amerikanische Wahlkämpfe verantwortlich war.²⁰

Diese Trollfabrik Prigoschins – er ist inzwischen bei einem unaufgeklärten Flugzeugabsturz ums Leben gekommen – war viele Jahre die bekannteste ihrer Art. Das hat auch damit zu tun, dass russische Journalist/-innen mit ihren verdeckten Recherchen dort viele Mechanismen der Desinformation aufdecken konnten. Aber es war und ist nicht die einzige Desinformationsagentur in Russland.²¹ Im großflächigen Angriffskrieg gegen die Ukraine seit 2022 ist etwa die „Social Design Agency“, kurz SDA, von Ilja Gambaschidse verstärkt in den Fokus der Aufmerksamkeit geraten. Sie soll nach Auswertung geleakter Dokumente aus Russland gemeinsam mit der Firma

¹⁴ In Putins Ansprache, mit der er der Ukraine am 24. 2. 2022 den Krieg erklärte, behauptete er, Lenin und die Bolschewiki hätten die Ukraine gegründet. Das ist nachweislich eine historische Verdrehung, siehe auch: Ines Eisele: „Putins Blick auf die Geschichte der Ukraine“, 25. 2. 2022

¹⁵ Anna Nasaikina: „Putin: Schaika narkomanow i neonazistow w Kijewe wsjala w saloschniki ukraïnski narod“ (Putin: Eine Bande von Drogenabhängigen und Neonazis hat in Kiew das ukrainische Volk als Geisel genommen), 25. 2. 2022

¹⁶ Vgl. Jüdische Allgemeine: „Selenskyj, Juden und das Kokain: ein Faktencheck“, 22. 11. 2023

¹⁷ Vgl. Théo Marie-Courtois: „Kein Beleg für Bugatti-Kauf von Olena Selenska“, 5. 7. 2024

¹⁸ Ben Nimmo und Aric Toler: „Rossiskije shurnalisty proti ‚fabriki trollei‘“ (Russische Journalisten gegen die „Trollfabrik“), 27. 3. 2018

¹⁹ Vgl. Anton Himmelsbach: „Jewgeni Prigoschin. Putins Koch“, 23. 8. 2023

²⁰ In Kombination mit dem Vorgehen russischer Hacker, vgl. Markus Wehner: „Hacker, Propaganda, Wahlmanipulation. Moskaus Informationskrieg im Westen“, in: Osteuropa (2017) 34, S. 3–17

²¹ Nicht nur in Russland gibt es Online-Kampagnenarbeit mit bezahlten Kommentaren u. ä., um z. B. politische Gegner in ein schlechtes Licht zu rücken, vgl. Peter Pomerantsev: Das ist keine Propaganda. Wie unsere Wirklichkeit zertrümmert wird. Bonn 2020

„Structura“ hinter der erwähnten Doppelgänger-Kampagne stehen.²² Die Dokumente legen überzeugend nahe, dass der Kreml der direkte Auftraggeber ist. Die Präsidialverwaltung lädt demnach auch regelmäßig zu Besprechungen ein und macht konkrete Vorgaben.

„Info-Rauschen“: Die Zersetzung der öffentlichen Debatten

Die von Prigoschin kommerzialisierte Taktik, kritische Kommentare unter einem Berg von „Informationsmüll“ zu begraben, wird durch die SDA und andere Akteure inzwischen im großen Stil mit Hilfe von Millionen gefälschter Benutzerkonten in den sozialen Medien angewandt. Die Journalisten Lars Wienand, Hannes Molnar und Nicolas Linkden haben das analysiert und zeigen auf, dass sich die Profile dieser Fake-Accounts zumindest auf X – und das ist die gute Nachricht – recht gut erkennen lassen, weil sich häufig „comicartige Profilbilder und Account-Beschreibungen jeweils stark ähneln“.²³ Oft gebe es ein Zusammenspiel mehrerer Bots, sogenannte Inhabebots und Verteilerbots. Vereinzelt hätten Bots auch den bei X bezahlten blauen Haken, der ihnen mehr Glaubwürdigkeit verleihen soll. Was immer wieder deutlich wird: Russische Desinformation setzt auf Masse, verbreitet die gefälschten Inhalte über so viele Kanäle wie möglich, wobei – und das ist die zweite gute Nachricht – die Fake-Profile oft nur kleine Followerzahlen haben. Der Aufwand ist also immens, wobei am Ende unklar bleibt, wie viele Nutzer/-innen jeder einzelne Post oder Kommentar tatsächlich erreicht. Aber: Manche Posts gehen viral, etwa wenn große Accounts sie aufgreifen. Beispielsweise hat Elon Musk im Oktober 2023 mit seinen rund 213 Millionen Followern auf X ein Meme geteilt, in welchem Wolodymyr Selenskyj als waffenfanatisch verspottet wird. Als Urheber konnte die russische Agentur SDA ermittelt werden.²⁴

Ein weiteres gängiges Mittel ist die gezielte Verbreitung mehrerer absurder Erklärungen für ein Ereignis. Dieses „Info-Rauschen“ stiftet Verwirrung und vernebelt den Blick. Nutzer/-innen sollen am Ende nicht mehr wissen, was richtig und was falsch ist und möglichst alles in Zweifel ziehen. Sehr deutlich zu beobachten war das nach dem Abschuss der Passagiermaschine MH-17 über dem Donbas durch russische „Proxy“-Truppen

im Jahr 2014.²⁵ Russland verbreitete eine Reihe widersprüchlicher und unbelegter Theorien, um die Verantwortung für den Abschuss abzustreiten: Eine der unterschiedlichen Darstellungen besagte, ein ukrainischer Kampffjet sei beteiligt gewesen, eine andere sprach von einer Bombe an Bord, die nächste behauptete, dass die Passagiere schon vor dem Abschuss tot gewesen seien.²⁶ Teilweise gingen vom russischen Verteidigungsministerium verbreitete, gefälschte Bilder viral. Ziel dieser russischen Desinformationskampagne war nicht, eine eigene „Wahrheit“ zu konstruieren, sondern den Glauben an Fakten grundsätzlich zu erschüttern. In einer Flut oft frei erfundener Erklärungen sollten die tatsächlichen Ereignisse nur als ein Szenario unter vielen erscheinen. Seit der Vollinvasion der Ukraine nutzt(e) Russland diese Taktik häufig, etwa, um die Kriegsverbrechen von Botscha zu vertuschen oder Raketenangriffe auf zivile Einrichtungen zu rechtfertigen. Diese Botschaften wurden und werden digital genauso verbreitet wie analog.

Diese Strategie ist nicht neu. Sie geht bis auf die Anfänge von Putins Herrschaft zurück, als noch analoge Medien dominierten. Ein Paradebeispiel ist der Untergang des U-Boots „Kursk“ während eines Militärmanövers im August 2000. Nachdem die russische Marineführung den Vorfall zunächst komplett geleugnet hatte, verbreitete sie in der Folge eine Reihe unterschiedlicher Versionen des Geschehens, die sich oft auch widersprachen. Um die eigene Verantwortung zu verschleiern, wurde beispielsweise das Gerücht gestreut, ein westliches U-Boot habe die Kursk gerammt. Dabei wurde deutlich: Putin ging es weniger um die Aufarbeitung der Katastrophe – sondern um die Kontrolle der Informationssphäre.

Täter-Opfer-Umkehr, Diskreditierung und Beleidigungen

Auch Diffamierungen und haltlose Anschuldigungen gehören zum Repertoire russischer Desinformation. Am 31. Mai 2022 behauptete etwa der damalige Sekretär des russischen Sicherheitsrats Nikolaj Patruschew, dass Polen vorhabe, in den westlichen Teil der Ukraine einzumarschieren, dort gefälschte Referenden abzuhalten und diese Territorien anschließend zu annektieren.²⁷ Warschau habe vor, die Ukraine zu „zerstückeln“ so Patruschew. Tatsächlich war es Russland, das auf genau diese Weise in der Ukraine vorging: In den besetzten Teilen des Donbas, sowie der Gebiete Cherson und Saporischschja inszenierten die russischen Besatzungsbehörden Referenden²⁸ und ließen schließlich offiziell verlauten, eine „überwältigende“ Mehrheit habe für den Anschluss an Russland gestimmt. Am 30. September 2022 erklärte Russland diese Gebiete völkerrechtswidrig zu russischem Territorium.²⁹

Diese Strategie, der anderen Seite das vorzuwerfen, was man selbst vorhat oder bereits tut, ist sehr effektiv.³⁰ Soziale Netzwerke werden von dieser Art der „Argumentation“ geradezu überschwemmt. Ähnlich wie beim „Info-Rauschen“ liegt der Nutzen nicht in der Dominanz des Diskurses, sondern vor allem in seiner Zersetzung. Die Verantwortung für eigene Taten wird von Russland grundsätzlich abgestritten und der Gegenseite zugeschrieben (Täter-Opfer-Umkehr). So werden zum Beispiel

²² Vgl. Sebastian Erb, Saladin Salem, Jörg Schmitt, Lina Verschwele und Lea Weinmann: „Propaganda vom Fließband“, 17.9.2024

²³ Vgl. Lars Wienand, Hannes Molnar und Nicolas Linkden: „Mysteriöse Kampagne gegen den Westen: Sie machen mit“, 27.3.2024

²⁴ Damita Pressl und Pascal Burkhard: „Russische Propaganda: So hat Putin Elon Musk ausgetrickst“, 10.10.2024

²⁵ Ausführlich dazu der Bericht der niederländischen Untersuchungskommission, die ihre Arbeit 2023 abgeschlossen hat: Public Prosecution Service: „Criminal investigation – JIT MH17“, o. D.

²⁶ Der Desinformationsanalyst Dietmar Pichler hat das sehr detailliert herausgearbeitet, vgl. Dietmar Pichler: „Der Abschuss von MH17 – Musterbeispiel russischer Desinformation“, 18.7.2023

²⁷ Vgl. Lukas Zigo: „Im Staatsfernsehen: Russland droht Polen mit Invasion“, 9.6.2022

²⁸ Diese wichen in Form und Ausführungen von sämtlichen internationalen Standards ab und werden global nur von sehr wenigen, mit Russland eng verbündeten Staaten wie Nordkorea und Syrien anerkannt.

²⁹ Vgl. Zeitschrift Osteuropa: „Rede zur Aufnahme der ‚Volksrepubliken Doneck und Lugansk‘ und der Gebiete Zaporozje und Cherson in die Russländische Föderation“, 30.9.2022

³⁰ Ausführlich beschrieben in: Sylvia Sasse: Verkehrungen ins Gegenteil: Über Subversion als Machttechnik. Berlin 2023

Fakten und Beweise, die Russlands Verantwortung belegen, gern als „Russophobie“ diskreditiert und zurückgewiesen. Auch wird die Glaubwürdigkeit von Beweisen oder Zeug/-innen in Zweifel gezogen, um ihre Aussagen zu entwerten.

In Kommentaren und Postings sind außerdem Beleidigungen und persönliche Angriffe an der Tagesordnung – ähnlich wie in russischen Propagandasendungen des Staatsfernsehens. Vor allem Frauen, die sich öffentlich äußern, werden mit Beleidigungen und sexuell herabwürdigenden Kommentaren überschüttet. Diese primitive Form des Trollings soll vor allem Expertinnen davon abhalten, ihre Einschätzungen in den öffentlichen Diskursraum einzubringen. Sie stützt sich auch auf eine frauenfeindliche Online-Subkultur, die sich auf Messageboards wie „4Chan“ entwickelt hat und vor allem junge, labile Männer anspricht.³¹ Eine weitere Strategie wird als „gaslighting“ bezeichnet. Es handelt sich um eine Form psychologischer Manipulation, bei der gezielt versucht wird, eine Person dazu zu bringen, dass sie an ihrer Wahrnehmung, Erinnerung und ihrem Verstand zweifelt. Das Gegenüber soll also zermürbt werden, so dass es nicht mehr am öffentlichen Diskurs teilnimmt.³² Einige bewegt dieses raue Klima – an dem auch reale Personen ihren Anteil haben, etwa Leute, die selbst hetzen und andere in sozialen Medien mobben – tatsächlich zum Rückzug von solchen Plattformen.

Desinformationsformate – aus dem Analogen ins Digitale

Putin trat sein Amt zur Jahrtausendwende in einer Welt an, in der digitale Medien so gut wie keine Rolle spielten, erst recht nicht für den politischen Wettbewerb in Russland. Damals lag der Fokus seiner Führung noch darauf, vor allem das Fernsehen im eigenen Land unter seine Kontrolle zu bringen, sowie nach und nach den staatlichen Einfluss auch auf Zeitungen auszuweiten.³³

Doch schon in seiner ersten Amtszeit als Präsident hatte Putin auch die westliche und vor allem deutsche Öffentlichkeit im Blick. Bevor das Internet zu einem Massenphänomen wurde, wurde prorussische Propaganda entsprechend über analoge Medien verbreitet. So erschienen bereits ein halbes Jahr nach Putins Amtsantritt eine Reihe von deutschsprachigen Büchern, die ein verklärtes Bild des russischen Präsidenten zeichnen. Dazu gehörte das Buch des Juristen und Putin-Vertrauten Wolfgang Seiffert (1926–2009) „Wladimir W. Putin – Wiedergeburt einer Großmacht“, das beispielsweise der Journalist Ernst Kux in seiner Rezension für die NZZ als „unkritische Parteinahme“³⁴ wertete. Es folgten zwei Jahrzehnte mit zahlreichen Veröffentlichungen, die gegenüber Putin und seinem System wahlweise unkritisch blieben oder es sogar verteidigten, darunter in Meinungsbeiträgen, Dokumentationen und Talkshows im deutschsprachigen Raum. Sehr vieles davon war enorm reichweitenstark, da das Fernsehen dabei eine große Rolle spielte: Ein bekanntes Beispiel ist der Journalist Hubert Seipel, dessen erklärende Dokumentationen über und Interviews mit Putin im öffentlich-rechtlichen Fernsehen ein Millionenpublikum erreichten. Im November 2023 wurde schließlich bekannt, dass Seipel in den Jahren 2013 und 2018 Geldzahlungen eines putinnahen russischen Oligarchen erhalten hatte.³⁵

Auch Bestseller-Autorin Gabriele Krone-Schmalz, die von 1987 bis 1991 ARD-Korrespondentin in Moskau war, liegt mit ihren späteren Büchern über Russland oft auf Linie der russischen Staatspropaganda³⁶ und wird in der Fachwelt für das Verbreiten von „Halbwahrheiten und Falschaussagen“³⁷ kritisiert.

Auf diese Weise waren große und meinungsbildende deutsche Medien – besonders stark betraf es das Fernsehen – lange Zeit von einem wohlwollenden Blick auf die Regierung Putin geprägt. Kritische Stimmen – vor allem aus der Wissenschaft – blieben dagegen weitgehend in der Nische.³⁸ Erst nach Februar 2022, nach der Vollinvasion in die Ukraine, wurden auch Expertinnen und Experten aus der Wissenschaft häufig in Talk Shows eingeladen.³⁹

Während des Vierteljahrhunderts, das Putin nun faktisch ununterbrochen an der Macht ist, hat das Internet die Welt revolutioniert. Die russische Führung bekam das mit den – überwiegend online organisierten – regierungskritischen Massenprotesten der Jahre 2011/2012 zu spüren. Nachdem die Proteste niedergeschlagen worden waren, nahm der Kreml das Internet fest ins Visier, begann immer stärker, es zu zensieren und den Fluss unabhängiger Informationen einzuschränken. Gleichzeitig wurde die Rolle staatlicher Propaganda im Internet stetig weiter ausgebaut. Das Internet und soziale Medien haben das Phänomen der russischen Desinformation allerdings nicht erschaffen, sondern verstärkt. Wie das Beispiel des havarierten Atom-U-Boots „Kursk“ zeigt, wurden analoge Medien bereits zu Beginn von Putins Amtszeit damit geflutet. Reichweitenstarke Autor/-innen im deutschsprachigen Raum stellten sich mitunter ebenfalls in den Dienst dieser Strategie, sei es bewusst oder unbewusst. So sind „analog“ und „digital“ – zwei Seiten derselben Medaille russischer Desinformation. Und am Ende hängt vieles vor allem davon ab, ob ein Leser, eine Hörerin, ein Nutzer oder eine Zuschauerin an das glauben will, was er oder sie in der Social-Media-Timeline gerade vor sich sieht, liest oder hört.⁴⁰

Autor/-innen: Dr. Matthäus Wehowski und Mandy Ganske-Zapf

³¹ Ausführlich dazu: Veronika Kracher: „Incels. Geschichte, Sprache und Ideologie eines Online-Kults“. Mainz 2020

³² Vgl. Paige L. Sweet: „The Sociology of Gaslighting“, in: American Sociological Review 84 (2019) 5, S. 851–875

³³ Nur ein Jahr nach Putins Machtantritt wurde der Eigentümer des damals wichtigsten kritischen TV-Senders, NTW, politisch verfolgt und der Sender durch die staatsnahe Gasprom-Media übernommen.

³⁴ Rezensionennotizen bei Perlentaucher, 19.10.2000

³⁵ Vgl. Lucien Scherrer: „Von Russland bezahlter Journalist: Hubert Seipel stellte Wladimir Putins Reich so dar, wie es viele Deutsche sehen wollten. Er täuschte ein Publikum, das sich gerne täuschen ließ“, 27.1.2024

³⁶ Vgl. Pascal Siggelkow: „Auf Linie mit der russischen Propaganda“, 31.7.2024

³⁷ Franziska Davies: „Desinformationsexpertin“, in: Osteuropa 72 (2022) 9–10, S. 245–265

³⁸ Vgl. Anna Veronika Wendland: „Hilfflos im Dunkeln: ‚Experten‘ in der Ukraine-Krise: eine Polemik“, in: Osteuropa 9–10/2014, S. 13–34

³⁹ Eine empirische Analyse der Studiogäste vgl. Markus Welsch: „Russlands Aggression gegenüber der Ukraine in den deutschen Talkshows 2013–2023“, 5.10.2023

⁴⁰ Vgl. Studie der Technischen Universität München: Jan Zilinsky, Yannis Theodoris, Franziska Pradel et al.: „Justifying an Invasion: When Is Disinformation Successful?“, in: Political Communication, 41(6) (2024), S. 965–986; Kurzzusammenfassung der Ergebnisse vgl. Technische Universität München: „Wirkung russischer Social-Media-Kampagne geringer als oft angenommen“, 14.6.2024



Didaktischer Kommentar

Soziale Medien sind ein wichtiger Teil im Leben junger Menschen. Schülerinnen und Schüler müssen in der Nutzung dieser Medien geschult werden, um Desinformation und Manipulation zu erkennen. Gerade im Kontext des Krieges gegen die Ukraine setzen die russische Regierung unter Präsident Putin und prorussische Akteur/-innen sowohl in Russland als auch im Ausland auf Desinformationskampagnen. Soziale Medien sind dabei ein wichtiges Instrument, um insbesondere im Ausland eine große Reichweite zu erzielen. Während in Russland die Nutzung sozialer Medien und insbesondere sozialer Netzwerke durch entsprechende staatliche Eingriffe immer stärker beschränkt wird, sind Plattformen wie X, TikTok oder Telegram dennoch unverzichtbare Foren, um russische Desinformationskampagnen vor allem in der EU zu verbreiten. Die EU als Zielgebiet spielt deshalb eine zentrale Rolle, da das Staatenbündnis aus russischer Sicht eine Akteurin ist, die demokratische Bewegungen in ehemaligen sowjetischen Teilrepubliken und Satellitenstaaten befördert und damit den angeblich legitimen Einflussbereich Russlands unterwandert. Das Ziel russischer Desinformationskampagnen ist es, westliche Unterstützung vor allem für die Ukraine zu diskreditieren. Das vorliegende Heft konzentriert sich auf solche Kampagnen. Russische Desinformationskampagnen, die sich an Menschen im afrikanischen, asiatischen oder südamerikanischen Raum richten, bleiben hier unberücksichtigt.⁴¹

Lernziele:

Die Schülerinnen und Schüler

- analysieren, wie (pro)russische Akteur/-innen im Kontext des Angriffskriegs gegen die Ukraine soziale Netzwerke nutzen, um gesellschaftliche und politische Diskurse in Deutschland und der EU zu beeinflussen (Methoden der Desinformation);
- dekonstruieren Narrative und Stereotype, die in diesem Zusammenhang von russischer Seite genutzt werden;
- erschließen, welche politischen Ziele und Motive der russischen Regierung hinter dieser Art der Einflussnahme stehen;
- problematisieren, welche Folgen solche Desinformationskampagnen sowohl für das gesellschaftliche Miteinander als auch für politische Entscheidungen in Deutschland und in der EU haben.

Vorab

Grundlegendes Ziel dieser Handreichung ist es, die Medienkompetenz der Lernenden zu stärken und damit auch ihre Teilhabe an demokratischen Diskursen zu ermöglichen. Nur wer Funktionsweisen der sozialen Medien kennt und um ihre positiven wie negativen Auswirkungen weiß, ist in der Lage, demokratiefeindliche Akteurinnen und Akteure als solche zu identifizieren und sich gegen sie zur Wehr zu setzen.

Im Zentrum der Publikation steht dabei die Auseinandersetzung mit Social-Media-Beiträgen, die im Kontext des Kriegs ent-

standen sind. Wir empfehlen, das Material und die Aufgaben in der angegebenen Reihenfolge zu bearbeiten, da sie in ihrer Komplexität zunehmen. Für die Auseinandersetzung mit dem Material ist es notwendig, dass die Schülerinnen und Schüler grundlegende Kenntnisse über den russischen Angriffskrieg mitbringen. Auf Seiten der Lehrkraft ist es wichtig, dass sie die Grundzüge der hybriden Kriegsführung Russlands gegenüber dem westlichen Ausland, insbesondere gegenüber der EU, kennt.⁴² Auch der bewusste Umgang mit Begriffen ist bei dem Thema dieser Handreichung wichtig. Häufig hört und liest man, wenn es um Desinformation geht, den Begriff „Fake News“. Dabei handelt es sich jedoch um einen politischen Kampfbegriff, der die Glaubwürdigkeit journalistischer Qualitätsmedien grundsätzlich infrage stellt.⁴³ Der Begriff „Desinformation“ ist dagegen die korrekte fachliche Bezeichnung.

⁴¹ Mehr Informationen zu diesem Thema bieten der Tagesschau-Beitrag „Russlands Strategie für Afrika“ sowie ein Beitrag der Ukraine-Analysen: „Der Blick aus dem Süden: Lateinamerikanische Perspektiven auf Russlands Angriffskrieg gegen die Ukraine“.

⁴² Grundlegend informiert darüber der Beitrag „Wie funktioniert Russlands hybride Kriegsführung?“ der Deutschen Welle.

⁴³ Inwiefern „Fake News“ als politischer Kampfbegriff gebraucht wird, erläutert dieser Beitrag von Deutschlandfunk Nova.

Das Arbeitsmaterial (M1–M8) sowie dazu passende Aufgabenvorschläge für die Schülerinnen und Schüler finden Sie auf den Seiten 14–16. Für die individuelle Recherche sollte jeder bzw. jede Jugendliche über ein digitales Endgerät mit Internetzugang verfügen.

Die Kommentare auf den Seiten 10–13 dienen als Hintergrundinformation und Strukturierungshilfe für die Lehrkraft. Weiterführende Literatur bietet Anknüpfungspunkte, um die einzelnen Themen bei Bedarf zu vertiefen. Die Lösungsvorschläge dienen den Lehrkräften lediglich als Orientierung – die Schülerinnen und Schüler müssen ihre Lösungen nicht wortgleich formulieren.

Zu Aufgabe 1: Der Krieg auf dem Screen

Am Beispiel zweier TikTok-Videos erleben Schülerinnen und Schüler, wie eine junge Ukrainerin das Medium nutzt, um ein komplexes Thema wie den russischen Krieg gegen die Ukraine nahbar zu machen.

Wir empfehlen für den Einstieg in die Unterrichtseinheit zwei Videos der TikTok-Creatorin Valeria Schaschenok. Die junge Frau kommt aus dem ukrainischen Kriegsgebiet und teilte zu Beginn des Kriegs ihren „neuen“ Alltag über TikTok mit ihren Followerinnen und Followern, die inzwischen auf über eine Million angewachsen sind. Ihre Videos zeichnen sich dadurch aus, dass sie die Auswirkungen des Krieges auf ihr Leben und ihr persönliches Umfeld dokumentiert (und im weiteren Verlauf des Kriegs später auch ihre Flucht aus der Ukraine). Das Thema kombiniert sie mit Elementen (Musik, Gestik und Mimik), die den Ernst der Lage zu konterkarieren scheinen. Gerade durch diesen Umgang mit dem Thema Krieg, Gewalt und Flucht erreicht Schaschenok mit ihren Videos vor allem (junge) nicht im Kriegsgebiet lebende Menschen, die sonst wenig über den Krieg erfahren würden, und trägt so dazu bei, dass auch sie über die Realität des Kriegs informiert werden.

Damit bewirkt sie auch eine „soziale“ (digitale) Teilhabe an Erfahrungen und Erlebnissen der vom Krieg betroffenen Menschen. Das unfassbare Geschehen wird auf diese Weise nahbar und stärkt letztlich die Solidarität mit der ukrainischen Bevölkerung. Vor allem Jugendliche informieren sich kaum durch traditionelle Medien wie Zeitung oder Fernsehen über aktuelle Ereignisse. Für den Kontext ist wichtig, sich bewusst zu machen, dass sie stattdessen (teils brutale und unzensierte) Aufnahmen aus Kriegsgebieten direkt in ihren persönlichen Feeds auf TikTok und Instagram eingespielt bekommen. Die Inhalte in den Feeds werden dabei in privaten Räumen geschaut (Zuhause oder auf dem Weg zur bzw. von der Arbeit oder Schule) und werden dadurch auch zu etwas Privatem. Persönliche Verbindungen zu Influencerinnen und Influencern (denen sie vielleicht schon vorher gefolgt sind) machen die Ereignisse noch greifbarer und unmittelbarer.

Perspektivisch werden die Verbreitung und der Konsum gewaltvoller Bilder und Videos auf Social Media weiter zunehmen. Tipps und Hinweise, wie Sie in der Schule damit umgehen können, bieten ein [Interview](#) der bpb mit einer Mitarbeiterin der EU-Initiative Klicksafe und das offizielle [Informationsportal](#) zur Förderung von Medienkompetenz, das die Schweiz aufgesetzt hat.

Zu Aufgabe 2: Meme Wars

zu a) Wie Memes im Kontext des Kriegs gegen die Ukraine sowohl auf russischer als auch auf ukrainischer Seite eingesetzt werden, vermittelt Aufgabe 2.⁴⁴ Die Schülerinnen und Schüler erkennen, wie Emotionen, Humor und visuelle Darstellungen gezielt kombiniert werden, um Meinungen zu beeinflussen und – vor allem auf russischer Seite – Desinformation zu verbreiten.

Erläuterungen zu den Memes:

M3 stellt die Statue Batkiwschtschyny-Maty (Mutter Heimat) in Kyjiw dar. Zum 24. August 2023, dem Unabhängigkeitstag der Ukraine, wurde das ursprünglich sowjetische Wappen durch das ukrainische ersetzt. Diese Entscheidung fiel im Rahmen der staatlichen Dekommunisationsreform von 2015, die auch die Umbenennung von Straßen und das Entfernen öffentlich verwendeter sowjetischer Symbole vorsieht.⁴⁵ Mit solchen Maßnahmen grenzt sich die Ukraine von ihrer sowjetischen Vergangenheit ab. Zugleich sollen dadurch ihre nationale Identität und Unabhängigkeit gestärkt werden. Der Schriftzug im prorussischen Meme M3 „Какой стыд...“ (Welch Schande...) spielt auf diese Umwidmung des Denkmals an. Die Statue verdeckt ihr Gesicht und muss die „Tortur“ der Umwandlung über sich ergehen lassen. Q1 zeigt die Statue mit Sowjetsymbol im linken und den Entwurf der Neugestaltung im rechten Bild.



M4 zeigt eine Szene der beliebten US-amerikanischen Jugendserie „iCarly“ des Senders Nickelodeon. Das Meme spielt mit dem Kontrast zwischen einer alltäglichen Szene (iCarly) und einem geopolitischen Thema: dem Aufmarsch russischer Streitkräfte an der ukrainischen Grenze. Durch die Übertragung eines militärischen Angriffs in einen absurden Kontext – nicht die russische Armee, sondern der Smoothie wird als das wichtigste Element im Bild hervorgehoben – wird die Naivität bzw. Ahnungslosigkeit, mit der „die Welt“ auf die Szene blickt, kritisiert und ironisch gebrochen.

Weiterführendes Material zu Aufgabe 1:

- 1.1 [Interview](#) der bpb mit einer Mitarbeiterin der EU-Initiative Klicksafe.
- 1.2 [Informationsportal](#) www.jugendundmedien.ch der Schweiz zur Förderung von Medienkompetenz

⁴⁴ Über den Einsatz von Memes im russischen Krieg gegen die Ukraine informieren der Artikel „Katzten, Pop und Kriegsschiffe“ in der Wochenzeitung Die Zeit und der Beitrag „Macht, Moral und Memes“ im arte-Magazin.

⁴⁵ Über die Dekommunisationsreform informiert eine [Analyse](#) der bpb.

M5 ist ein Tweet des offiziellen X-Accounts der ukrainischen Regierung. Auch hier wird den Schrecken des Krieges und der realen Bedrohung mit schwarzem Humor begegnet.

M6 spielt auf US-Hilfen an die Ukraine an. Es suggeriert, die US-Regierung würde die Ukraine unterstützen, US-amerikanische Familien dagegen aber „ertrinken“ lassen. Dies greift eine gängige populistische Rhetorik auf: „Wir vs. Die“ (wir = US-amerikanische Familien; die = Regierung der USA).

zu b) Die richtige Zuordnung der jeweiligen Memes ist wie folgt:

- M3 = prorussisch
- M4 = proukrainisch
- M5 = proukrainisch
- M6 = prorussisch

zu c) **M3** und **M6** zielen darauf ab, mögliche Unterstützung bei der russischen (M3) bzw. bei der US-amerikanischen Bevölkerung (M6) zu untergraben. M3 stellt die sowjetische Geschichte als etwas dar, auf das ein Land stolz sein sollte, und diskreditiert dadurch das Streben der Ukraine nach einer eigenen nationalen Identität. Es vereinfacht geschichtspolitische Zusammenhänge mit dem Ziel, Ressentiments gegenüber der Ukraine zu schüren und Zustimmung für den russischen Angriff auf das Land zu gewinnen.

Im Vergleich dazu arbeiten **M4** und **M5** vor allem mit Humor und verfolgen das Ziel, positive Emotionen für die Ukraine und ihren Kampf gegen Russland zu wecken.

zu d–e) Zu Gemeinsamkeiten und Unterschieden der Begriffe und Definitionen siehe „Was ist was?“. Bei **M6** handelt es sich demnach um Desinformation. Zwei nicht vergleichbare und nicht miteinander zusammenhängende Sachverhalte (US-Hilfszahlungen an die Ukraine und die Situation sozial schwacher US-Familien) werden miteinander verknüpft und falsch dargestellt.

Zu Aufgabe 3: Social Media als Instrument der Desinformation

Ein zentrales Ziel russischer Desinformation in Deutschland ist es, die Glaubwürdigkeit der ukrainischen Regierung, insbesondere des ukrainischen Präsidenten Wolodymyr Selenskyj, zu untergraben. Ausgehend von einem Beispiel, das die Mechanismen der Doppelgänger-Kampagne nutzt, erarbeiten Schülerinnen und Schüler vertiefend Ziele und Zielgruppen russischer Desinformation.

Weiterführendes Material zu Aufgabe 3:

- 3.1** „Die sozialen Medien im Ukrainekrieg“ (KAS): Dieser Artikel analysiert, wie soziale Medien im russischen Angriffskrieg genutzt werden, um die öffentliche Meinung zu beeinflussen und den Krieg digital zu inszenieren.
- 3.2** „Nazis, Faschisten und Gayropa“ (bpb): Der Artikel beleuchtet, wie Russland im Krieg gegen die Ukraine gezielt Desinformationen und Diskriminierungsnarrative gegen westliche Werte und die LGBTQ+-Community einsetzt.
- 3.3** „Halbwahrheiten als Instrument der Desinformation“ (bpb): Hier wird untersucht, wie Halbwahrheiten strategisch eingesetzt werden, um Vertrauen zu untergraben und die öffentliche Meinung durch irreführende Informationen zu manipulieren.

⁴⁶ Vgl. Viktor Marinov: „Faktencheck: Selenskyj als Kannibale? Artikel von Deutscher Welle und FAZ über angebliches Graffiti in Berlin gefälscht“, 19. 9. 2023

⁴⁷ Zur Geschichte des Graffiti hier ein Artikel des Graffitiforschers Thomas Northoff.

⁴⁸ Die Hintergründe der Kampagne erläutern ein Beitrag des Recherchenetzwerks Correctiv und ein Beitrag der Tagesschau. Weitere Lektürehinweise finden Sie auf der Website laender-analysen.de.

Was ist was?

Propaganda und Desinformation sind zwei Formen, die Meinungen und das Verhalten von Menschen zu beeinflussen.

Beide Strategien klar voneinander zu unterscheiden, ist nicht immer einfach, vor allem weil beides oft zusammenwirkt: Propaganda nutzt gezielte Manipulation, um ideologische Botschaften zu verbreiten. Durch Desinformation werden falsche oder irreführende Informationen verbreitet, um die Wahrnehmung zu verzerren, Misstrauen zu säen und oft auch um Propaganda zu verstärken. Deswegen kann Desinformation auch als ein Instrument von Propaganda betrachtet werden.

Propaganda setzt auf Gegensätze. Wir vs. Die, Gut vs. Böse. Dadurch ist Propaganda Abgrenzung und Identitätsstiftung in einem.

Propaganda kann durch sehr viele Methoden verbreitet werden. Sie bezieht sich in erster Linie auf politische Kontexte, d.h. sie beinhaltet zentral geplante und organisierte (politische) Kommunikation. Die Inhalte werden meist durch Massenmedien verbreitet und sollen die Bevölkerung beeinflussen. In der Regel funktioniert das sehr gut, vor allem wenn eine Gesellschaft einseitigen Informationen ausgesetzt ist. Deshalb nutzen Autokratien besonders häufig Propaganda.

Desinformation hingegen kommt regelmäßig im alltäglichen Leben vor, z. B. durch das Verbreiten von Gerüchten in der Klasse.

Zumeist bezieht sie sich auf bestimmte Ereignisse und Personen. Sie wird eingesetzt, um zu täuschen, zu verwirren und das Vertrauen in Institutionen oder Personen zu untergraben. Im Gegensatz zur Propaganda, die oft einen größeren Kontext und langfristige Ziele verfolgt, soll Desinformation vor allem kurzzeitig Verwirrung stiften. Sie kann aber, wie auch Propaganda, Teil einer Strategie sein, Menschen und Meinungen mitunter langfristig zu beeinflussen.

Beide Strategien dienen dazu, das Denken, Fühlen oder Handeln von Menschen zu lenken. Das passiert im Alltag, in politischen Kontexten oder über mediale Kanäle. Sie greifen dabei auf emotionale, vereinfachende und manipulative Kommunikationsmittel zurück, bekräftigen Stereotype und beanspruchen die absolute Wahrheit für sich.

Falschinformationen hingegen sind unbeabsichtigte Fehler in der Berichterstattung. Sie entstehen durch Flüchtigkeitsfehler, mangelnde Recherche oder Missverständnisse und verfolgen keine weiteren Ziele.

zu a–c) Bei **M7** handelt es sich um einen Teil der sogenannten Doppelgänger-Kampagne. Der vermeintliche Artikel wurde nicht in der Frankfurter Allgemeinen Zeitung veröffentlicht und auch das Graffiti existiert nicht. Laut einer Recherche des Netzwerks Correctiv befinden sich die Gebäude, die auf dem Bild zu sehen sind, auch nicht in Berlin, sondern in Warschau.⁴⁶ M9 nutzt das Stilmittel „Graffiti“, eine etablierte Protestform,⁴⁷ um dadurch einen Gegensatz zwischen scheinbar „einfacher Bevölkerung“ und sogenannter politischer Elite herzustellen. Durch die angebliche Straßenkunst soll der Eindruck vermittelt werden, dass die breite Masse der deutschen Bevölkerung der Einschätzung der Bundesregierung widerspricht und Selenskyj (bzw. die Ukraine) nicht unterstützt, sondern ihn im Gegenteil als einen Verbrecher betrachtet. Das Bild des Kannibalen bekräftigt diese These: Selenskyj zerfleische seine eigene Bevölkerung aus reiner Machtgier.

zu d) **M8** ist einer von vielen vermeintlichen Artikeln, die im Netz als Teil der russischen Desinformationskampagne „Doppelgänger“ veröffentlicht werden. Die Kampagne wurde bereits 2022 aufgedeckt, ist allerdings immer noch aktiv.⁴⁸ Der vermeintliche Spiegel-Artikel M8 wurde am 6. 4. 2024 auf der Plattform X veröffentlicht und mehr als 1.000 Mal geteilt. Wie die meisten Posts, die im deutschsprachigen Raum im Zusammenhang mit der Doppelgänger-Kampagne veröffentlicht werden, diffamiert auch M8 die später gescheiterte Koalition

aus SPD, Bündnis 90/Die Grünen und FDP und deren politische, militärische und finanzielle Unterstützung für die Ukraine. Dieser Bezug zum russischen Krieg gegen die Ukraine ist jedoch auf den ersten Blick nicht zu erkennen. Die Analyse von M8 sollte folgende Aspekte erfassen:

1. Überschriften

Der Titel des Artikels („Lindner raubt Rentner auf Geheiß der USA aus“) suggeriert, dass die deutsche Regierung auf Anweisung der USA handelt. Dadurch wird versucht, der deutschen Regierung ihre Autonomie abzusprechen. Es soll der Eindruck entstehen, dass die deutsche Regierung nicht im Sinne der deutschen Bevölkerung handelt, sondern deutsche Bürgerinnen und Bürger vielmehr Opfer einer fremden Agenda sind.

2. Textmaterial

Der Text vermittelt den Eindruck, dass die Renten gekürzt und die Krankenkassenbeiträge erhöht würden, um die Ukraine zu unterstützen. Es wird eine Gegenüberstellung konstruiert: Deutsche Rentnerinnen und Rentner verlieren, während die Ukraine profitiert. Das ist Desinformation, da kein Zusammenhang zwischen nationalen Rentenentscheidungen und internationaler Hilfe besteht. Ziel dieses verzerrten Vergleichs ist es, Wut bei den Nutzer/-innen hervorzurufen, indem die finanzielle Sicherheit deutscher Rentnerempfänger/-innen infrage gestellt wird. Bekräftigt wird dieser Eindruck durch den Reiter oben im Bild. Der Artikel ist vermeintlich in der Rubrik „Russlands Krieg gegen die Ukraine“ erschienen.

3. Bildmaterial

Das Bild zeigt eine Collage. In der linken Bildhälfte sind bekannte deutsche Politiker und eine Politikerin abgebildet, in der rechten Bildhälfte sind ein älterer Mann und eine ältere Frau zu sehen. Im Zentrum hält ein älteres Paar Geld in den Händen und blickt in die Kamera. Hinter den damaligen Kabinettsmitgliedern Annalena Baerbock, Olaf Scholz und Robert Habeck ist die US-Flagge abgebildet, hinter den vermeintlichen Rentnerinnen und Rentnern eine Deutschlandflagge. Diese Bildsprache unterstreicht den Text: Deutsche Regierende handeln demnach im Sinne der USA, während die Bevölkerung Deutschland repräsentiert. Wichtig ist die Gestaltung der Geldscheine, die das Paar in der Bildmitte in der Hand hält. Lediglich der 5-Euro-Schein wurde nicht verändert, während die Scheine im Wert von 50, 100 und 200 Euro in den Farben der ukrainischen Flagge gehalten sind. Dies erweckt den Eindruck, dass große Geldsummen in die Ukraine fließen, während deutsche Rentnerinnen und Rentner vernachlässigt würden.

Was aus M8 nicht deutlich wird, aber gut zu wissen ist: Die URL des Magazins DER SPIEGEL lautet [spiegel.de](https://www.spiegel.de). Der falsche Artikel wurde jedoch unter [spiegel.ltd](https://www.spiegel.ltd) veröffentlicht. Der Link des gefälschten gestreuten Artikels liegt auf dieser ltd-Domain.

Aber: Tippt man nur die URL [spiegel.ltd](https://www.spiegel.ltd) manuell in den Browser ein, wird man auf die echte [spiegel.de](https://www.spiegel.de)-Seite weitergeleitet. Wenn man sich auf der gefälschten Website befindet und einen beliebigen Menüpunkt anklickt, wird man ebenfalls auf [spiegel.de](https://www.spiegel.de) weitergeleitet. Für Menschen mit geringen Medienkompetenzen sind das erschwerte Bedingungen, um zu verstehen, dass man sich auf einer gefälschten Nachrichtenseite befindet.

zu e) Die Doppelgänger-Desinformationskampagne der russischen Regierung verfolgt mehrere Ziele. Erstens soll sie das Vertrauen in westliche Medien und Institutionen schwächen, indem gefälschte Nachrichtenseiten erstellt werden. Diese Seiten sehen den Originalseiten täuschend ähnlich, was die Glaubwürdigkeit der Desinformation erhöht. Zweitens zielt die Kampagne darauf ab, die öffentliche Meinung zu manipulieren und Unsicherheit zu schüren. Durch das Verbreiten von Desinformation zu kontroversen Themen wie Migration, Sicherheit und Altersarmut sollen gesellschaftliche Spannungen verstärkt werden. Die Kampagne nutzt bestehende Ängste und Vorurteile, um Konflikte innerhalb der Gesellschaft zu fördern und das Vertrauen in demokratische Prozesse zu erschüttern. Die Auswirkungen der Doppelgänger-Kampagne zu messen, ist nicht so einfach. Allerdings kann festgehalten werden, dass sie große Reichweiten erzielt. Anfang 2024 konnte das Auswärtige Amt 50.000 gefälschte Accounts auf der Plattform X ausmachen, die mehr als eine Million Doppelgänger-Artikel verbreitet haben.

Zu Aufgabe 4: Russische Desinformation

Anhand dieser Aufgabe können Schülerinnen und Schüler das erarbeitete Wissen aus den vorherigen Aufgaben festigen. Als Lehrkraft können Sie entscheiden, ob sie dies ohne oder mit Zuhilfenahme der bis dahin bearbeiteten Unterlagen tun.

zu a) Das Themenspektrum russischer Desinformation ist vielfältig und kann oft „wahllos“ wirken. Tatsächlich jedoch greifen prorussische Akteurinnen und Akteure Themen auf, von denen sie wissen, dass sie ein gewisses Erregungspotenzial in sich bergen und sich entsprechend eignen, Menschen zu mobilisieren – vor allem gegen aktuelle politische Entscheiderinnen und Entscheider. Dazu zählen vor allem die Themen Migration, Klimawandel, NATO-Kritik, Gender- und Gesundheitspolitik, Antisemitismus.

zu b) Russische Desinformation im westlichen Ausland wird über Social Media verbreitet. Dabei werden alle Aspekte von Social Media genutzt (auditive und visuelle Elemente sowie Textelemente). Dieser Tagesschau-Artikel fasst das Prinzip gut zusammen: Reale wie virtuelle Influencerinnen und Influencer,⁴⁹ Whistleblowerinnen und Whistleblower, Aktivistinnen und Aktivisten sowie vermeintlich unabhängige Expertinnen und Experten, Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftler, Journalistinnen und Journalisten sollen Vertrauen schaffen. Gleichzeitig werden Webseiten etablierter Medien gefälscht.

⁴⁹ Über virtuelle Influencer/-innen informiert dieser [Beitrag der Tagesschau](#).

zu c) Die in der Tagesschau genannte Studie⁵⁰ nennt folgende Strategien russischer Desinformation, die insbesondere im Kontext des Krieges gegen die Ukraine zum Tragen kommen:

- Unterstützung der Ukraine diskreditieren, besonders im Kontext zunehmender Migration und der aktuellen Wirtschaftssituation;
- Isolationismus in der amerikanischen Außenpolitik fördern;
- krenlfreundliche Rechtsaußen-Parteien bei den Europäischen Parlamentswahlen unterstützen;
- westliche Werte wegen angeblicher Doppelstandards in Bezug auf Konflikte delegitimieren, insbesondere bei der Bewertung des Krieges im Nahen Osten.

zu d) Der Tagesschau-Artikel nennt insgesamt fünf Zielgruppen russischer Desinformation:

- Menschen, die ohnehin den politischen Institutionen und etablierten Medien in Deutschland misstrauen;
- Migrantinnen und Migranten aus dem postsowjetischen Raum, insbesondere jene, die sozial und sprachlich weniger integriert sind. Russische Staatsmedien richten sich mit spezifischer Propaganda direkt an sie;
- Menschen, die empfänglich sind für Verschwörungsmysmen und die insbesondere während der Coronapandemie auf russische Medien vertrauten;⁵¹
- frühere Akteurinnen und Akteure der „Montagsmahnwachen für den Frieden“;⁵²
- das Bündnis Sahra Wagenknecht (BSW) als politische Partei, die wirtschaftliche Ängste schürt und gegen Waffenlieferungen für die Ukraine eintritt.

Vereinfacht kann gesagt werden, dass russische Desinformationskampagnen dort ansetzen, wo sie bestehende Weltbilder bestätigen.

zu e) Die Antwort auf diese Teilaufgabe lässt sich nicht direkt aus dem Artikel ableiten. Gründe, warum Desinformation so gut auf Social Media funktioniert, sind unter anderem folgende:

- Soziale Medien sind für alle verfügbar. Ihre Nutzung ist grundsätzlich nicht beschränkt – es sei denn, eine Regierung blockiert den Zugriff. Beschränkungen in der Nutzung gibt es ansonsten nur vereinzelt durch Bezahlmodelle, die mehr Funktionen für zahlende Nutzerinnen und Nutzer bereithalten. Durch diesen niedrighschwelligen Zugang hat jeder Nutzer und jede Nutzerin die Möglichkeit, Inhalte zu posten. Lange war es das Privileg von Verlagen und professionellen Journalistinnen und Journalisten, Texte oder Bilder zu veröffentlichen. Diese Begrenzung wurde durch Social Media aufgehoben. Inhalte werden also oftmals nicht mehr kritisch geprüft, ehe sie verbreitet werden; gleichzeitig ist die potenzielle Reichweite von Posts sehr groß.
- Zwar versuchen Regierungen (so auch die EU) die Betreibenden von Social-Media-Plattformen dazu anzuhalten, Posts, die gegen geltendes Recht verstoßen, zu löschen. Doch dieses Recht ist nicht leicht durchsetzbar, da es häufig an Kooperationsbereitschaft der Betreibenden mangelt. Außerdem erschwert die Masse entsprechender Posts die Nachverfolgung.
- Ergänzend zur Informationsflut sind viele der Themen, zu denen Desinformationskampagnen „gefahren“ werden, so komplex, dass es Personen, die nicht über ein fundiertes Wissen verfügen, schwerfallen kann, Fakten von Desinformation zu unterscheiden.

Autorin: Anita Vogelmann

Projektmitarbeiterin Friedenspädagogik bei der
Stiftung Deutsch-Russischer Jugendaustausch

⁵⁰ Die Studie „Two years on: An analysis of Russian state and pro Kremlin information warfare in the context of the invasion of Ukraine“ des Institute for Strategic Dialogue steht [online](#) zur Verfügung.

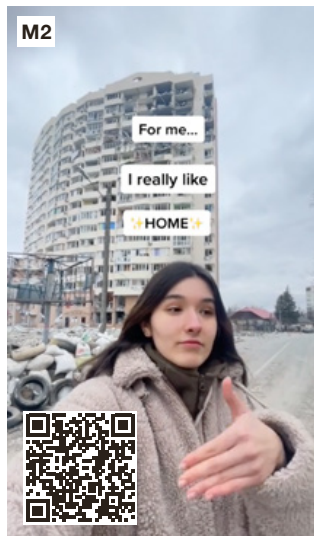
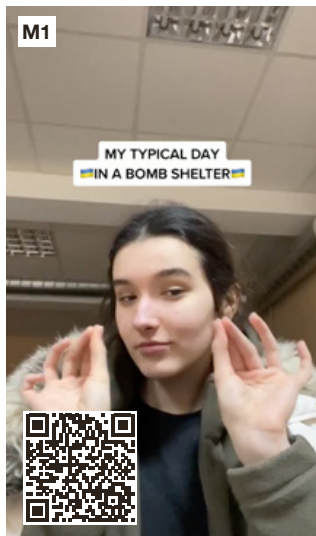
⁵¹ Den Zusammenhang zwischen prorussischer Parteinehahme und der Wahrnehmung der Corona-Maßnahmen als Teil einer angeblichen Verschwörung erläutert dieser [Artikel](#) des Recherchenetzwerks Correctiv.

⁵² Diese seit März 2014 in verschiedenen Städten Deutschlands durchgeführten Kundgebungen sollten gemäß ihrer Veranstaltenden die Tradition der Friedensbewegung fortführen. Sie waren von Beginn an umstritten, weil sie auch als Nährboden für antidemokratische Tendenzen gesehen wurden. Weiterführende Informationen dazu finden Sie [hier](#).

1

Aufgabe

Der Krieg auf dem Screen



Seit dem 24. Februar 2022 postet die junge Ukrainerin Valeria Schaschenok regelmäßige Videos auf TikTok. Schau dir diese zwei Beispiele an.

- Welche Gefühle rufen Valerias Videos bei dir hervor?
- Analysiere die Kombination von Soundauswahl, Schnitt und Inhalt.
- Das Unbegreifliche des Krieges begreifbar machen – inwiefern gelingt das Valeria in ihren TikToks?

2

Aufgabe

Meme Wars



Was sind Memes?

Häufig greifen Memes popkulturelle Inhalte auf und verarbeiten sie kreativ, um eine große Reichweite zu erzielen. Deswegen werden sie oft als harmlose Unterhaltung wahrgenommen. Doch sie können ebenso politische Themen aufgreifen und verzerrte oder falsche Informationen verbreiten, wodurch sie Feindbilder verstärken oder Mythen unterfüttern. Im Krieg Russlands gegen die Ukraine spielen sie eine bedeutende Rolle, da sie sowohl zur Mobilisierung von Unterstützung als auch zur Verbreitung von Propaganda eingesetzt werden.

Infokasten A



Schau dir M3–M6 an und beantworte folgende Fragen:

- Welche Emotionen lösen die Memes bei dir aus? Begründe deine Reaktionen.
- Prorussisch oder proukrainisch? Für welches Land im Krieg gegen die Ukraine ergreift das jeweilige Meme Partei? Begründe deine Entscheidung.
- Welche Wirkung können diese Memes auf die Nutzerinnen und Nutzer haben? Überlege, ob sie eher aufklären oder provozieren.
- Recherchiere Definitionen für die Begriffe Propaganda, Desinformation und Falschinformation. Erläutere, worin sich diese drei Phänomene unterscheiden bzw. was sie gemeinsam haben.
- Welches dieser Memes würdest du als Desinformation ansehen?



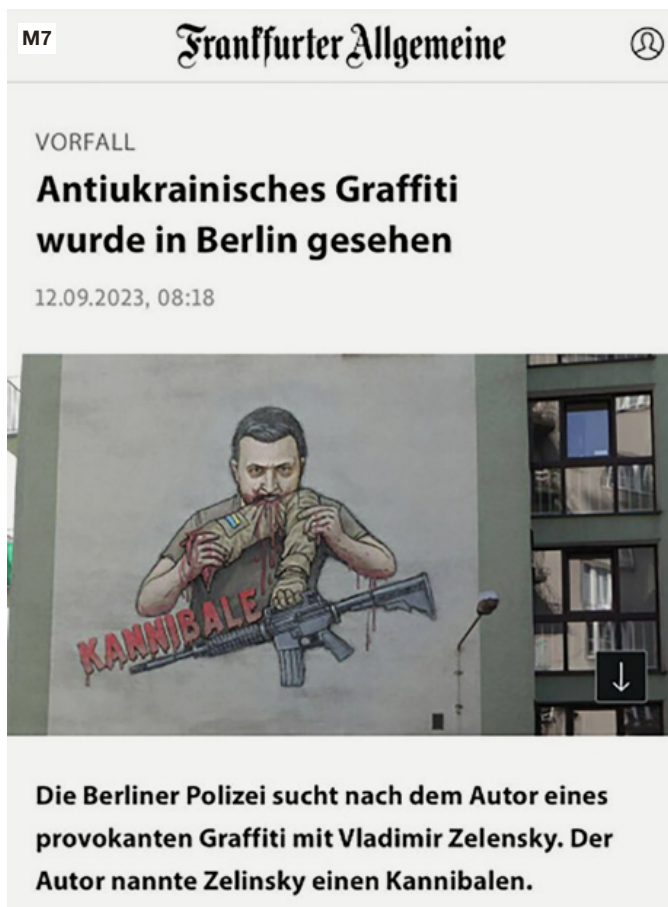
Social Media als Instrument der Desinformation



Desinformationskampagne „Doppelgänger“

Infokasten B

Die Desinformations-Kampagne „Doppelgänger“ verbreitet seit Beginn der russischen Invasion der Ukraine im Februar 2022 prorussische Narrative und Desinformation. „Doppelgänger“ operiert in mehreren Sprachen und hat mehrere Zielländer in Europa und der Welt, darunter Deutschland. „Doppelgänger“ heißt die Kampagne aus folgendem Grund: Gefälschte Accounts verweisen in sozialen Netzwerken auf Nachbildungen seriöser Nachrichtenseiten wie Spiegel oder Süddeutsche Zeitung. Dabei handelt es sich um täuschend echte Imitationen, auf denen dann antiukrainische oder antiwestliche Artikel zu finden sind.



- Beschreibe das Bild M7. Finde eine passende Überschrift zur Bildaussage.
- Wie schätzt du die Meldung und ihren Wahrheitsgehalt ein? Diskutiert in der Klasse.
- M7 ist Teil der russischen Desinformationskampagne „Doppelgänger“. Lies den Infokasten B. Welche Ziele verfolgen die Urheberinnen und Urheber von M7 mit ihrer Meldung?
- Auch M8 ist Teil der Doppelgänger-Kampagne. Welche Botschaft(en) vermittelt der gefälschte Spiegel-Artikel an die Lesenden? Analysiere dafür Überschrift, Text und Bildmaterial (Auswahl und Anordnung der Bildmotive).
- Welche Ziele verfolgen die Urheberinnen und Urheber dieser Nachricht?

4

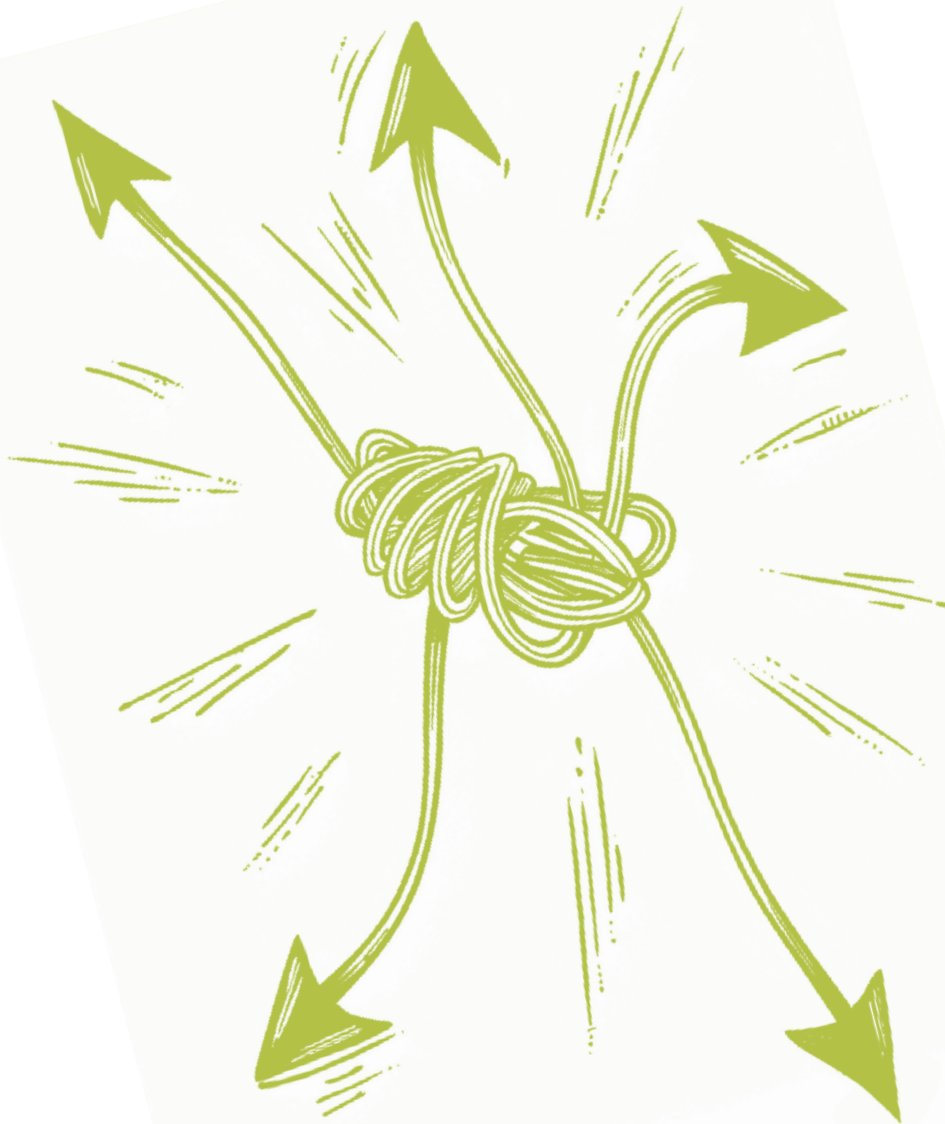
Aufgabe

Russische Desinformation



Bearbeite die Aufgaben a bis e mit Hilfe dieses Artikels (QR-Code).

- a) Welche Themen kennzeichnen russische Desinformation?
- b) Welche Wege nutzt die russische Regierung, um Desinformation zu verbreiten?
- c) Welche Ziele verfolgt die russische Regierung mit Desinformationskampagnen?
- d) An wen richtet sich russische Desinformation?
- e) Warum glaubst du, nutzt die russische Regierung unter Wladimir Putin Social Media, um Desinformation zu verbreiten? Recherchiere zu dieser Frage.





QR-Codes zum Material

Weiterführende Links aus den Fußnoten



F 2



F 3



F 4



F 6



F 7a



F 7b



F 7c



F 8



F 9



F 11



F 12



F 13



F 14



F 15



F 16



F 17



F 18



F 19



F 20



F 22



F 23



F 24



F 25



F 26



F 27



F 29



F 34



F 35



F 36



F 39



F 40a



F 40b



F 41a



F 41b



F 42

Weiterführende Links aus den Fußnoten



F 43



F 44a



F 44b



F 45



F 46



F 47



F 48a



F 48b



F 48c



F 49



F 50



F 51



F 52

Weiterführendes Material zu Aufgabe 1



1.1



1.2

Weiterführendes Material zu Aufgabe 3



3.1



3.2



3.3

Haftungsausschluss

Dieses Heft enthält Links oder Verweise auf Internetseiten Dritter. Durch derartige Querverweise wird lediglich der Zugang zur Nutzung dieser Inhalte vermittelt. Die Verantwortlichkeit für diese fremden Inhalte liegt jedoch allein bei deren Anbieter.

Die Herausgeber/-innen erklären ausdrücklich, dass zum Zeitpunkt der Linksetzung die entsprechenden verlinkten/verknüpften Seiten frei von illegalen Inhalten waren. Die Herausgeber/-innen haben keinerlei Einfluss auf die aktuelle und zukünftige Gestaltung und auf die Inhalte der verlinkten/verknüpften Seiten. Deshalb distanzieren sie sich hiermit ausdrücklich von allen Inhalten aller verlinkten/verknüpften Seiten, die nach der Linksetzung verändert wurden.

Für illegale, fehlerhafte oder unvollständige Inhalte und insbesondere für Schäden, die aus der Nutzung oder Nichtnutzung solcherart dargebotener Informationen entstehen, haftet allein der Anbieter der Seite, auf welche verwiesen wurde, nicht derjenige, der über Links lediglich auf die jeweilige Veröffentlichung verweist.



Russisch im Kontext.

Impulse für den Unterricht

Die Reihe im Überblick.

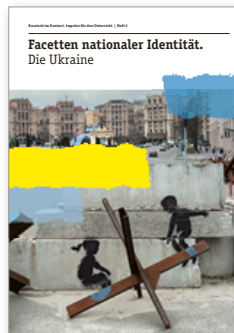
Heft 1



Sprache und Macht. Imperiale Kontinuitäten in Russland

Dieses Heft gibt Einblicke in Russlands imperiale Geschichte und untersucht, inwiefern die Politik im heutigen Russland an diese Vergangenheit anknüpft und welche Rolle dabei das Konzept der „Russki Mir“ spielt. Ein Fokus liegt dabei auf der russischen Sprache als Machtinstrument und als umstrittenes kulturelles Erbe. Am Beispiel Georgiens werden die Mechanismen und Folgen russischer politischer Einflussnahme veranschaulicht.

Heft 2



Facetten nationaler Identität. Die Ukraine

Dieses Heft zeigt, wie die Ukraine ihre nationale Identität und kulturelle Vielfalt trotz massiver Einflussnahme Russlands bewahrt und stärkt. Es bietet Einblicke in Geschichtspolitik, Sprachenvielfalt und Musik als Ausdruck eines freien und unabhängigen Landes.

Heft 3



Diversität unter Druck. Ethnische und sprachliche Vielfalt in Russland

Dieses Heft veranschaulicht die ethnische und sprachliche Vielfalt in Russland. Es zeigt, wie der autoritäre Staat Sprachpolitik einsetzt, um kulturelle Vielfalt zu unterdrücken und russische Dominanz durchzusetzen. Zugleich wird die Kreativität indigener Gruppen hervorgehoben, die für ihre Sprache und Identität eintreten.

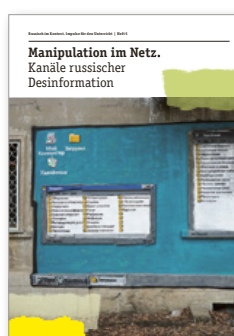
Heft 4



Entlarvt. Wie russische Propaganda Tatsachen verzerrt

Dieses Heft setzt sich mit den Gefahren gezielter Manipulationen von Tatsachen auseinander. Es zeigt, wie der russische Staat Propaganda und Desinformation in der Geschichts- und Erinnerungspolitik einsetzt, um seinen Krieg gegen die Ukraine zu rechtfertigen.

Heft 5



Manipulation im Netz. Kanäle russischer Desinformation

Das Heft zeigt, wie (pro)russische Akteure und Akteurinnen soziale Netzwerke nutzen, um gezielt falsche und irreführende Informationen zu erzeugen und zu verbreiten. Es macht auf die Folgen solcher Desinformationskampagnen aufmerksam und fördert die Entwicklung eines kritischen Bewusstseins für mediale Manipulation.

