



UNIVERSITÄT  
LEIPZIG



Uwe Krüger

# Woran man Propaganda erkennt

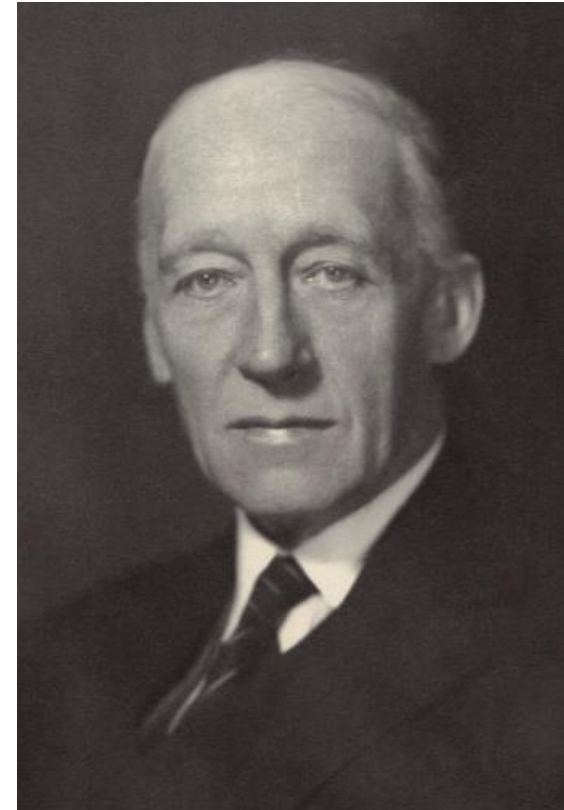
IALANA-Tagung „Krieg und Frieden in den Medien“  
Kassel, 26.-28.1.2018

# GLIEDERUNG

- Einführung
- Definitionen und Merkmale
- Propaganda und Ideologie

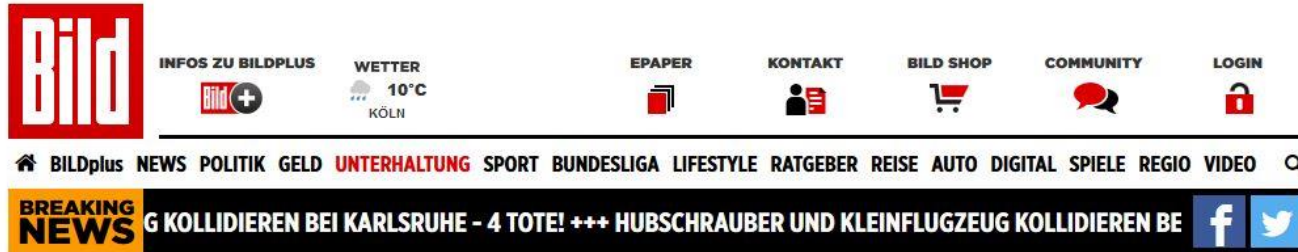
# Die Prinzipien der Kriegspropaganda

1. Wir wollen den Krieg nicht.
2. Das gegnerische Lager trägt die Verantwortung.
3. Der Führer des Gegners ist ein Teufel.
4. Wir kämpfen für eine gute Sache.
5. Der Gegner kämpft mit unerlaubten Waffen.
6. Der Gegner begeht mit Absicht Grausamkeiten, wir nur versehentlich.
7. Unsere Verluste sind gering, die des Gegners enorm.
8. Künstler und Intellektuelle unterstützen unsere Sache.
9. Unsere Mission ist heilig.
10. Wer unsere Berichterstattung in Zweifel zieht, ist ein Verräter.



**Lord Arthur Ponsonby**

# Propaganda als Kampfbegriff



NACH ARD-KRIMI AUS WIEN

## Wie viel Russen-Propaganda steckt im „Tatort“?





# Wortherkunft und Bedeutungsgeschichte

- lat. propagare: verbreiten, ausdehnen, fortpflanzen
- Papst Gregor XV. gründete 1622 die **sacra congregatio de propaganda fide** („Kongregation für die Verbreitung des Glaubens“) als Instrument der Gegenreformation
- **Französische Revolution, Vormärz** und **Arbeiterbewegung** sahen Propaganda positiv: Mittel zur Verbreitung revolutionärer und emanzipatorischer Ideen
- 20. Jahrhundert: moderne, wissenschaftlich fundierte Propaganda als Herrschaftstechnik – Instrument der **psychologischen Kriegführung** ebenso wie der **kommerziellen Produktwerbung**
- Konstruktivismus **entgrenzt** Begriff: Alle öffentliche Kommunikation ist Propaganda

# Wie Propaganda aus der Forschung verschwand

„In zunehmendem Maße haben die stärksten Machtgruppen, unter denen die Verbände der Wirtschaft den wichtigsten Platz einnehmen, Techniken der Manipulation des Massenpublikums durch Propaganda übernommen und sie an die Stelle direkterer Machtausübung gesetzt. Die Industrie zwingt nicht mehr länger die Achtzehnjährigen, vierzehn Stunden am Tag an der Maschine zu stehen; sie engagiert sich in ausgeklügelten ‚Public-Relations‘-Programmen.



**Paul F. Lazarsfeld**

# Wie Propaganda aus der Forschung verschwand

Sie setzt große und eindrucksvolle Anzeigen in die Zeitungen des Landes; sie gibt durch ihre Geldmittel zahllose Rundfunkprogramme in Auftrag; auf Anraten von ‚Public-Relations‘-Beratern organisiert sie Preisausschreiben, gründet Fonds zu wohltätigen Zwecken und unterstützt gewichtige Vorhaben. Die ökonomisch Mächtigen scheinen ihre direkte Ausbeutung eingeschränkt und sich einer subtileren Form psychisch vermittelter Ausbeutung zugewandt zu haben, die zum großen Teil durch die Verbreitung entsprechender Propaganda mittels Massenkommunikation herbeigeführt wird.“ (Lazarsfeld & Merton 1948)



**Paul F. Lazarsfeld**

## Definition von Thymian Bussemer (2005)

„die in der Regel medienvermittelte **Formierung** handlungsrelevanter **Meinungen** und Einstellungen politischer oder sozialer Großgruppen durch symbolische Kommunikation und als Herstellung von Öffentlichkeit zugunsten bestimmter **Interessen** (...).

Propaganda zeichnet sich durch die Komplementarität vom **überhöhten Selbst- und denunzierendem Fremdbild** aus und **ordnet Wahrheit dem instrumentellen Kriterium der Effizienz unter**.

Ihre Botschaften und Handlungsaufforderungen versucht sie zu **naturalisieren**, so dass diese als selbstverständliche und nahe liegende Schlussfolgerungen erscheinen.“ (Bussemer 2008: 33)



## Definition von Thymian Bussemer (2005)

Propaganda arbeitet mit dem Trick, Sprache und Bilder so zu manipulieren, „dass im Rezeptionsprozess **neue Verknüpfungen** zwischen vorhandenen positiven oder negativen Einstellungen und bestimmten Sachverhalten hergestellt werden“.

Sie lässt bestimmte Handlungsoptionen als **alternativlos** erscheinen und belegt Zuwiderhandlungen und Nichtbefolgung mit **Sanktionen**;

überdies „strebt sie einen **Alleinstellungsanspruch** an. Propaganda will nicht mit konkurrierenden Botschaften in einen Diskurs um die beste Lösung eingehen, sondern den Menschen ihre Handlungsprogramme **aufzwingen**.“

## Kriterien von Florian Zollmann (2017)

- Ereignisse, Themen oder Akteure sind so gerahmt, dass es bestimmten Interessen dient und andere Perspektiven ausgeblendet werden:  
Beispiel: Die Außenpolitik des Westens als moralisch gut und mildtätig darzustellen, aber damit verbundene ökonomische Interessen zu verschweigen
- Ereignisse und Handlungen werden mit „umstrittenen ideologischen Konzepten“ wie „Krieg“, „Verbrechen“, „Massaker“, „Völkermord“, „Terrorismus“, „Demokratie“ oder „Sozialismus“ verbunden (z. B. wenn Kriegsverbrechen oder Staatsterrorismus als „Krieg“ beschönigt oder – andersherum – Kampfhandlungen zu „Massaker“ oder „Völkermord“ dramatisiert werden)
- Berichterstattung, die mit Hilfe von Empörung zu politischem oder militärischem Eingreifen auffordert

## Kriterien von Florian Zollmann (2017)

- Beschränkung von Kritik auf taktisch-prozedurale Fragen, während die grundsätzliche Legitimation der Strategie und der Ziele nicht hinterfragt wird
- Verwendung von Fakten über ein Thema bei gleichzeitiger Ignoranz oder Marginalisierung anderer wichtiger Fakten
- Das Einordnen von Fakten innerhalb eines bestimmten Frames (Rahmens) auf Kosten anderer Frames, die ebenfalls zu den Fakten passen

## Kriterien von Florian Zollmann (2017)

- Marginalisierung (Herunterspielen) von Fakten oder Statements durch Platzierung, Wiederholungsfrequenz oder Interpretation
- Beschimpfung oder negative Assoziierung von Akteuren (gegnerische Staatschefs, Oppositionsgruppen) – Etiketten, die nicht zur Faktenlage passen
- Greuelthaten von Feindstaaten des Westens werden betont oder übertrieben, auch bei unsicherer Faktenlage. Empörung, Schlachtendetails und Verantwortung für Schandtaten werden überproportional und selektiv betont, wenn man sie mit ähnlichen Handlungen anderer Akteure oder Staaten vergleicht.

## „Wertvolle vs. wertlose Opfer“ bei Herman & Chomsky (1988)

Unterschiede in Quellennutzung (offizielle vs. Regimekritische Quellen) und Platzierung, Dramatisierung und Vermenschlichung von Opfern

Unkritische Akzeptanz von Prämissen (wir sind für Frieden und Demokratie, bekämpfen Terrorismus und sagen die Wahrheit), aber nicht bei Feindstaaten

Bei Gewalt in Feindstaaten: großer Aufklärungseifer, Schuld wird auf höchster Ebene gesucht, während bei den eigenen Verbrechen die Schuld niederrangigen Chargen angelastet oder verwirrenden Begleitumständen zugeschrieben wird



# Propaganda und Ideologie



„Matrix“ (1999)

<https://www.youtube.com/watch?v=CWlfwZ99AVA>

# Literatur

**Bussemer**, Thymian (2008): *Propaganda. Konzepte und Theorien*. 2. Auflage. Wiesbaden: VS.

**Herman**, Edward S.; **Chomsky**, Noam (1988): *Manufacturing consent. The political economy of the mass media*. Pantheon Books, New York.

**Lazarsfeld**, Paul F.; **Merton**, Robert K. (1973): Massenkommunikation, Publikumsgeschmack und organisiertes Sozialverhalten. In: Jörg Aufermann, Hans Bohrmann und Rolf Sülzer (Hrsg.): *Gesellschaftliche Kommunikation und Information. Forschungsrichtungen und Problemstellungen. Ein Arbeitsbuch zur Massenkommunikation, Band 2*. Frankfurt am Main: Athenäum Fischer Taschenbuch Verlag, S. 447-470.

**Morelli**, Anne (2004): *Die Prinzipien der Kriegspropaganda*. Zu Klampen, Springe.

**Zollmann**, Florian (2017): Bringing Propaganda Back into News Media Studies. In: *Critical Sociology*, 1-17, Article first published online: September 23, 2017  
<https://doi.org/10.1177/0896920517731134>