

Fachtagsdokumentation der BAG „Ausstieg zum Einstieg“ e.V. vom
28.09.2022 in Isernhagen/ Hannover

Thema: Desinformationen und Propaganda

Programm

Zeit	Inhalt
09:45 Uhr	Ankommen
10:00 Uhr	Begrüßung durch den Vorstand der Bundesarbeitsgemeinschaft
10:15 Uhr	Input I von Tobias Lehmeier, Politikwissenschaftler und Projektkoordinator in der BAG zu historischen Kontinuitäten von Desinformation und Propaganda
11:15 Uhr	Input II von Karolin Schwarz zu Desinformation und Propaganda als Strategien der extremen Rechten
12:30 Uhr	Mittagspause
13:30 Uhr	Partizipative World Cafés zu verschiedenen Schwerpunkten rund um Ausstiegs- und Distanzierungsarbeit, Propaganda und Desinformation
14:30 Uhr	Kaffeepause – Zeit für Austausch
15:00 Uhr	Podiumsdiskussion mit Expert*innen der Ausstiegs- und Distanzierungsarbeit
15:45 Uhr	Reflexion und Feedback
16:00 Uhr	Ende des Fachtages

Input von Karolin Schwarz zu Desinformation und Propaganda als Strategien der extremen Rechten

- Bei Rückfragen zum Vortrag oder der Präsentation und zu weiteren Literaturhinweisen wenden Sie sich gerne an die BAG-Geschäftsstelle

Partizipative World Cafés zu verschiedenen Schwerpunkten rund um Ausstiegs- und Distanzierungsarbeit, Propaganda und Desinformation

Was könnten Funktionen/ Gründe für den Glauben an Propaganda und Desinformationen sein?

Warum glauben Menschen an Desinformation und Propaganda?



Desinformation und Propaganda sind Begriffe, die ein Spektrum von Handlungsweisen abbilden, die sich zwar überlappen, aber nicht identisch sind. Insbesondere muss Propaganda im Gegensatz zu Desinformation nicht unbedingt inhaltlich falsch sein. Die Nähe zur Desinformation ergibt sich aber daraus, wie bestimmte Inhalte, seien sie gegeben oder erfunden, präsentiert werden. Von daher wurden

Aspekte beider Begriffe zunächst dahingehend gruppiert, ob sie tendenziell nur jeweils einem Begriff unterfallen oder aber beiden. So sollte eine differenziertere Betrachtungsweise möglich werden.

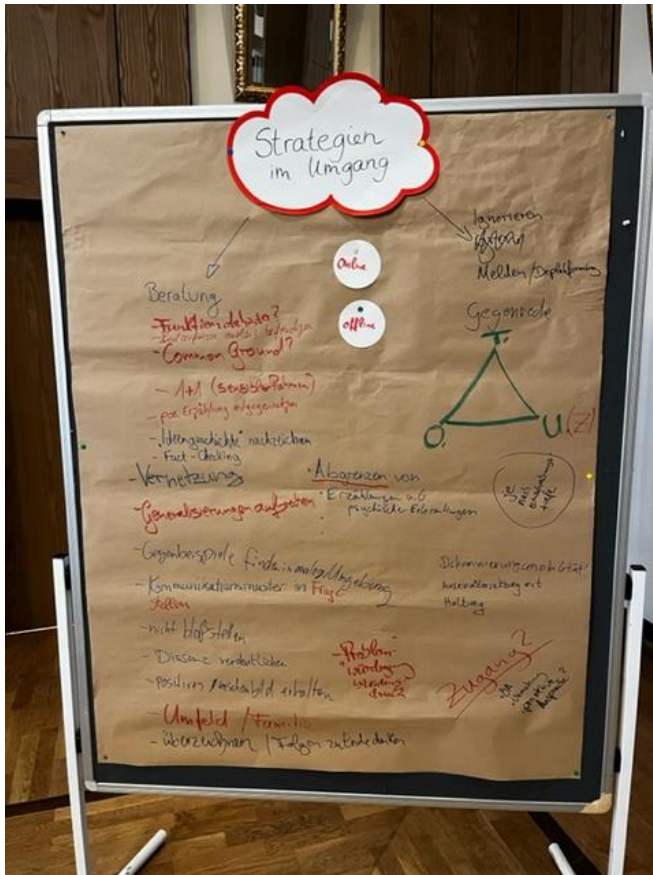
Beiden Begriffen inhärent ist das Verfolgen einer bestimmten Absicht, die häufig politischer Art ist, aber nicht zwingend sein muss. Dabei kann das Evozieren bestimmter Meinungen oder Stimmungen beabsichtigt sein oder aber eine Destabilisierung der Gesellschaft durch Verunsicherung der Bevölkerung, um beispielsweise leichter eigene Interessen durchsetzen zu können. Die positive Erzeugung von (politischen) Ansichten ist dabei vor allem mit dem Begriff der Propaganda verbunden, während die negativ konnotierte Destabilisierung auf den Begriff der Desinformation verweist. Hier ist die Diskreditierung von Persönlichkeiten des öffentlichen Lebens bzw. politischer Gegner ein wesentliches Mittel, aber auch die Erzeugung von existenzieller Angst. Destabilisierung ist beispielsweise auch mit dem (extrem) rechten Konzept des „Tag X“ verbunden, das auf die Verschiebung von politischen Machtverhältnissen abzielt.

Sowohl Propaganda als auch Desinformation können die Kohäsion bestimmter Gruppen steigern – etwa durch das Verbreiten bestimmter Ideologien – und komplementär die Differenzen zwischen verschiedenen Bevölkerungsgruppen vertiefen. Dabei kann etwa einerseits die desinformationsbedingte Destabilisierung das Bedürfnis nach Sündenböcken erhöhen, während andererseits Desinformation (z.B. Verschwörungstheorien) und Propaganda solche Sündenböcke zur Verfügung stellen.

Unwissenheit ist eine wesentliche Voraussetzung für die Wirksamkeit der genannten Strategien, aber auch das Ansprechen bestimmter, insbesondere sozialer und materieller Bedürfnisse oder Begehrlichkeiten. Das Erlangen von Macht kann dabei sowohl Mittel als auch Zweck sein.

In der praktischen Ausstiegsarbeit kann die Informiertheit über Strategien der Desinformation und Propaganda zwar nicht unmittelbare Wirkung entfalten, aber als Hintergrundwissen den Umgang mit dem Klienten, der Klientin erleichtern (vgl. dazu den nächsten Abschnitt).

Was könnten Strategien im Umgang mit Desinformation und Propaganda in der Rechtsextremismusprävention und in der Beratung von Verschwörungsgläubigen, sowie deren Angehörigen sein?



Es wurden unterschiedliche Handlungsmöglichkeiten im Umgang mit Desinformationen und Propaganda diskutiert. Dabei war von Beginn an sichtbar, dass die Strategien sich je nach Zielsetzung, Zielgruppe und Rahmen voneinander unterscheiden. Insbesondere wurde zwischen zwei Settings unterschieden:

1. Einzelsettings: insbesondere in der Distanzierungs- und Ausstiegsberatung

Das faktische Widerlegen von Desinformationen und Verschwörungserzählungen führe in der Regel nicht dazu, Menschen zum Umdenken zu bewegen. Vielmehr gehe es darum, die Denkmuster der Ratsuchenden durch bestimmte Fragestellungen zu irritieren. Dabei kann es hilfreich sein, die Funktion hinter bestimmten Einstellungen und Verhaltensweisen nachzuzeichnen: *Warum erscheint der Glaube*

an eine bestimmte Erzählung sinnvoll? Welche Bedürfnisse werden dadurch befriedigt? Lassen sich evtl. noch andere (alternative) Möglichkeiten entwickeln, um ein bestimmtes Bedürfnis zu befriedigen?

Zudem kann es sinnvoll sein, die individuelle „Ideengeschichte“ nachzuzeichnen. *Woher stammen bestimmte Informationen? Welchen Sinn kann es für die entsprechenden Informationsquellen haben, bestimmte Desinformationen zu verbreiten?* Hierbei können bestimmte Kommunikationsmuster in Frage gestellt und auf Tools zum „Faktencheck“ zurückgegriffen werden.

Liegen zwei Meinungen oder Positionen sehr weit auseinander, kann ggf. dennoch ein gemeinsamer Ausgangspunkt gefunden werden, von dem aus sich ggf. einfacher eine zielführende Diskussion entwickelt (Common-Ground-Prinzip). Das Entgegensetzen von „positiven Erzählungen“ oder das „Aufbrechen von Generalisierungen“ (*Ist das wirklich IMMER so? Sind ALLE so?*) kann ebenso dazu beitragen, erste Zweifel zu setzen, wie das „Überzeichnen“ bestimmter Thesen oder das „Zu Ende denken der Folgen“ bestimmter Szenarien (*Angenommen es wäre so, was würde dann als nächstes passieren? Und dann? Und dann?*).

Bei aller Neugier und Zugewandtheit sollte gleichzeitig aber auch der Dissens in der Diskussion und die eigene Position verdeutlicht werden und die Auseinandersetzung mit der Haltung im Mittelpunkt stehen (Diskriminierungssensibilität).

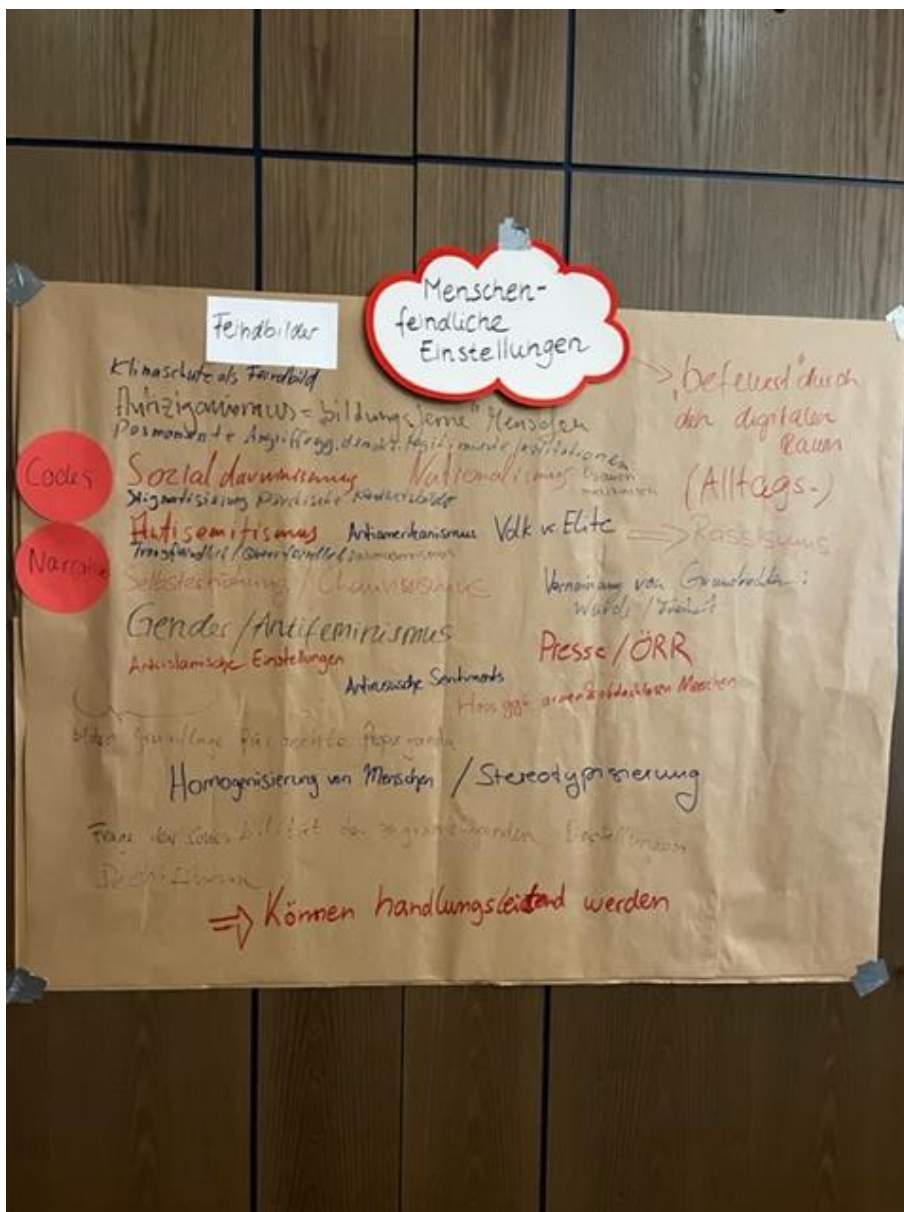
Um bestimmte persönliche Themen anzusprechen, wird ein sensibler Rahmen vorausgesetzt. Beratende sollten die individuellen Probleme der Ratsuchenden stets würdigen und deren Leidensdruck ernstnehmen; sie nicht bloßstellen, sondern ihnen stattdessen mit einem positiven Menschenbild begegnen. Auch die Einbeziehung des Umfeldes (bspw. der Familie) kann hilfreich sein. Komplexe Fallkonstellationen können ein Hinzuziehen weiterer Expert*innen (bspw. MBT, Betroffenenberatungen, Bündnissen) erfordern. Insbesondere bei der Annahme psychischer Erkrankungen ist die Vernetzung zu Psycholog*innen, Psychotherapeut*innen usw. ratsam. Die Netzwerkstrukturen können zudem eine wichtige Rolle in der Phase des Zugangs einnehmen. Des Weiteren können an aktuelle Themen angepasste Öffentlichkeitsmaterialien und pro aktive Anspracheformate Zugänge ermöglichen.

2. Gruppensettings: Konstellationen mit unterschiedlichen Positionen (vgl. Dreieck: T=Täter*innen, O=Opfer, U/Z=Unentschlossene/Zuschauer*innen)

Insbesondere auf Social-Media-Plattformen, kann das Melden von Desinformationen sinnvoll sein, damit entsprechende Inhalte gelöscht und nicht weiterverbreitet werden. Dies kann auch zum Ausschluss bestimmter Personen aus entsprechenden Netzwerken führen (Deplatforming), wodurch diese an Reichweite einbüßen. Aber auch das Ignorieren kann hilfreich sein, um bestimmten Äußerungen möglichst wenig Aufmerksamkeit zu schenken und damit einer weiteren Verbreitung entgegenzuwirken. Bleiben Desinformationen allerdings unwidersprochen, erfahren Betroffene möglicherweise keine

Solidarität. Außerdem könnte das negative Auswirkungen auf die Meinungsbildung von „Unentschlossenen/Zuschauer*innen“ haben. Daher erscheint eine Gegenrede in ebendiesen Settings sinnvoller; wohlwissend, dass die „Täter*innen“ sich dadurch in der Regel nicht überzeugen lassen, insbesondere wenn deren Meinungen stark verfestigt sind.

Welche menschenfeindlichen Einstellungen begegnen uns in aktuell grassierenden Desinformationen und Verschwörungserzählungen?



Neben menschenfeindlichen Einstellungen, die sich insbesondere in antisemitischen, rassistischen, sozialdarwinistischen, antifeministischen, trans- und queerfeindlichen, chauvinistischen, nationalistischen Desinformationen und Verschwörungserzählungen zeigen, wurde auch die Stigmatisierung von

Desinformation und Propaganda ist oft etwas, von dem eher die 'Anderen' betroffen zu sein scheinen als man selbst. Gleichzeitig ist die Menge an Informationen, politischer Kommunikation, Social Media und Werbung so groß, dass die Vermutung nahe liegt, dass Propaganda und Desinformation auf die gesamte Gesellschaft wirken. Unter dem Oberbegriff der 'Selbstreflexion' wurde dieses Wirken auf 'uns selbst' auf verschiedene Weise diskutiert.

Die Einschätzung, dass Desinformation und Propaganda auf eine*n selbst wirkt, auch wenn dieses dem Selbstbild eher widerspricht, wurde generell geteilt. Je nachdem welche Medien konsumiert werden, werden unterschiedliche Maßstäbe angelegt, wie hoch ein Grundvertrauen an das Medium ist. In dem Zusammenhang wurde auch erwähnt, dass eher Medien genutzt werden, die die eigene Haltung eher abbilden als jene, die konträre Haltungen zeigen. Als ein Grund hierfür wurde genannt, dass auch Medien als eine Art "Safe-Space" fungieren können, in welchen im Verhältnis zu anderen Räumen/Medien vergleichsweise wenig diskriminierende Sprache, Inhalte transportiert werden. Ein anderer Grund war das "gute Gefühl", die eigene Meinung bestätigt zu sehen nach dem Motto "ich hab's gewusst".

Gleichzeitig wurde auch angemerkt, dass das (reflexive) Wissen darüber, dass Desinformation und Propaganda auch auf eine*n selbst wirken, dabei helfen kann, eine Ambiguitätstoleranz auszubilden. Sich stetig reflexiv mit den eigenen Haltungen auseinanderzusetzen und diese zu "überprüfen", wurde dabei als ein wichtiger Prozess herausgestellt.

Auch wurde darauf hingewiesen, dass es dennoch Unterschiede in den Medien gibt. So seien Presseagenturmeldungen als seriöser anzusehen als anonyme Berichte auf Social Media Plattformen, sodass dort schon ein höheres Grundvertrauen vorausgesetzt werden könne.

