

# Erlöse uns

Überall auf der Welt glauben die Menschen an bestimmte politische Ideen. Weil sie arm sind, sich abgehängt fühlen, hassen oder sich eine bessere Zukunft wünschen. Ein Gespräch mit dem Historiker Rainer Gries\* über unsere Schwächen – und darüber, wie wir stark bleiben, um Propaganda zu widerstehen

Interview: Oliver Gehrs



Inter Nr. 63, Thema: Propaganda

Zusammen ist man weniger allein: Massenaufmärsche wie hier in China gehören zum festen Repertoire vieler Staaten mit autoritärem Charakter

## **fluter: Herr Gries, was macht die Menschen für Propaganda empfänglich?**

Rainer Gries: Wir wollen umworben werden. Der Mensch wünscht sich persuasive Kommunikation. Der Begriff stammt vom lateinischen Wort für „überreden“ ab. Der Wunsch, umschmeichelt zu werden, ist Teil unserer Psyche. Zudem sind wir anfällig für Botschaften, die uns Vereinfachungen liefern, Welterklärung.

## **Ist man immer nur Opfer von Propaganda, oder trägt man selbst dazu bei?**

Zum System gehört, dass mehrere Akteure im Spiel sind. Der Absender und die Adressaten sind beide Akteure. Wenn wir heute über Populisten sprechen, sind wir geneigt, nur auf die Produzenten einfacher Botschaften zu schauen, und vergessen das Publikum, das Volk, lateinisch eben *populus*. Das muss mitspielen.

## **Aber es empfängt doch nur.**

Oft wird unterteilt in den aktiven Führer und die passiv Geführten oder Verführten. Das ist eine verkürzte Sichtweise, die in der Nachkriegszeit auch der Entlastung diene. Man schob alles auf den Führer und nahm sich selbst als Akteur aus der Schusslinie. So musste man seinen eigenen Anteil an den Verbrechen nicht hinterfragen. Aber bei Propaganda gilt: Es kommt darauf an, dass wir mitmachen. Wenn wir es nicht tun, ist sie machtlos.

## **Im 19. Jahrhundert wurde der Begriff der „Propaganda der Tat“ geprägt. Es geht also nicht nur ums Reden.**

Vor allem die radikale Tat gehört zur Propaganda. Aktionen, die aufhorchen lassen, bringen Achtung. Hitler hat gesagt, dass Gewalt und Grausamkeit imponieren. Und das gilt selbst für die Angegriffenen. Zu Beginn des Nationalsozialismus haben sich nach Saalschlachten, bei denen sich politische Gegner mit den Nazis prügeln, besonders viele dieser Verprügelten bei der SA gemeldet.

## **Heute gehört es in manchen Ländern immer noch zum Mittel der Politik, Andersdenkende zu verprügeln oder ins Gefängnis zu stecken. Ist das nicht ein Zeichen, dass die Propaganda versagt hat?**

Beides gehört dazu. Der türkische Präsident Erdoğan etwa zählt die öffentliche Ausübung von Gewalt zu den politischen Mitteln. Er lässt Demonstrationen für die Pressefreiheit brutal auflösen und Journalisten verhaften. Es ist ein Zeichen an seine Anhänger. So wie wir es auch als Zeichen verstehen müssen, wenn Anhänger der Pegida auf ihren Demos Journalisten angreifen.

## **Imponiert das der lethargischen Masse?**

Es gibt diesen Reflex, sich mit dem Aggressor zu identifizieren, um sich selbst stärker zu fühlen. Donald Trump hat im Wahlkampf gesagt, er könne durch New York laufen und jemanden auf offener Straße erschießen, ohne Wähler zu verlieren. Damit bringt er überspitzt eine historische Erfahrung auf den Punkt: Die Rede plus die Tat, das überzeugt.

US-Präsident Donald Trump setzt gern auf Aggressivität, und tatsächlich gehört es zum Rüstzeug gewiefter Propagandisten, Unerhörtes anzukündigen. Ob es eingelöst wird, ist gar nicht mal so wichtig

## Welche Menschen sind dafür besonders empfänglich?

Menschen aus problematischen Umfeldern, die in ihrer persönlichen Situation herausgefordert sind. Für sie ist das ein Angebot, mit einer gefühlten Hoffnungslosigkeit umzugehen oder, wie im Falle von Pegida, mit gefühlten Abstiegsängsten. Jemand vermeintlich Starkem zuzujubeln erscheint so als Rückgewinnung eigener Macht und Stärke.

## Postfaktisch, Fake News, alternative Fakten: Ist es bei Propaganda zunehmend egal, ob die Botschaften der Wahrheit entsprechen?

Bei der Abwägung, was wahr und was effizient ist, entscheidet sich die Propaganda immer für die Effizienz. Das ist auch der Unterschied zur Werbung. Die darf von der Wahrheit nicht zu weit entfernt sein, sonst kaufen die Konsumenten ein Produkt nur einmal. Dagegen muss sich die politische Werbung um die Wahrheit ihrer Botschaft nicht so sehr kümmern, weil das Einlösen der Versprechen in weiter Zukunft liegen kann oder womöglich gar nicht stattfindet. Und dennoch bleiben die Menschen bei der Stange.

## Wenden sich die Menschen nicht von Politikern ab, die ihre Versprechen brechen?

Nicht unbedingt. Man kann das mit der Enttäuschung beim Kauf eines mangelhaften Produkts vergleichen. Wenn Sie ein Auto gekauft haben, das schon nach kurzer Zeit Macken hat, werden Sie Ihren Freunden trotzdem erzählen, dass der Wagen gar nicht so schlecht ist. Niemand will, dass seine Entscheidung durch eine Enttäuschung im Nachhinein delegitimiert wird. Wenn Sie sich eingestehen, falsch entschieden zu haben, geht der erlösende Moment der Aktion verloren.

## In den sozialen Medien werden ohne Unterlass Botschaften versendet, die Abstiegsängste oder Fremdenhass befeuern. Ist das Internet das Propagandamedium der Stunde?

Es ist tatsächlich ein Problem, wenn die öffentliche Diskussion über das, was wahr ist oder erwünscht, zunehmend in den Echokammern, den *filter bubbles* der sozialen Medien stattfindet und man nicht mehr mit Andersdenkenden in Kontakt kommt. Dennoch muss man berücksichtigen, dass zur „klassischen“ Propaganda auch Elemente von Macht und Gewalt gehören. Da bin ich trotz der verbalen Gewalt nicht so pessimistisch.

## Wie wichtig sind für erfolgreiche Propaganda Feinde?

Es braucht nicht unbedingt Feinde, aber üble Bilder von den Anderen. Sie dienen der Überhöhung des Eigenen und der Denunziation des Gegners. Man zieht harte, radikale und unüberwindliche Grenzen gegenüber den Anderen. Sie werden mit negativen Attributen versehen, verunglimpft und dämonisiert – bis hin zum Imperativ, dass sie vernichtet werden dürfen.

## Hilft gegen Propaganda Bildung?

Absolut, denn dadurch kann man die Botschaften besser einordnen. Ich kann mich fragen, warum die ein oder andere Aussage gemacht wird, wie wahr sie ist, ob es nicht doch Alter-



Immer feste druff: Trumpanhänger attackieren einen jungen Mann, der gegen den US-Präsidenten demonstriert hat

nativen gibt. Das muss ich aber jedes Mal wieder machen, es gibt keinen Schutzschild, der automatisch wirkt. Gegen Propaganda ist niemand gefeit. Ob Reklame oder politische Botschaften: Die um uns werbende Kommunikation ist allgegenwärtig.

## Und oft vermittelt sie den Eindruck, man hätte keine Wahl.

Das Absolute ist ein Popanz der Propaganda. Sie lebt davon, eine Alternativlosigkeit vorzugaukeln. Deswegen ist es immer gut, wenn in der politischen Kommunikation Wege offen bleiben, man nicht das Miteinander abbricht und Mittelwege sucht. Papst Franziskus hat gerade zum Thema Trump gesagt, dass es immer irgendwo Türen gibt, die nicht geschlossen sind. Das ist die absolute Nichtpropaganda.

## Wie kann man noch Gegenwehr organisieren?

Indem man sich klarmacht, wie das System funktioniert. Sich also vor Augen hält, was wir bis hierhin gesagt haben, und daraus Schlüsse zieht, wie man mit den Angeboten, die täglich auf uns einprasseln, verantwortungsvoll umgeht. Wir können uns all diesen Botschaften nicht entziehen. Erdoğan nicht, Trump nicht, Putin schon gar nicht. Aber ob wir Inhalte der Propaganda annehmen oder nicht, hängt letztlich von uns selbst ab. Wir sind keine Objekte, sondern Subjekte.

## Aber doch nur, wenn man genügend Selbstbewusstsein hat und Bildung. Was ist mit den anderen?

Die müssen auch durch politische Maßnahmen geschützt werden. Für die Menschen mit Abstiegsängsten, persönlichen Nöten oder Traumata, vor allem für junge Menschen, muss die Politik Sorge tragen. Es gilt, Geld in Bildungs- und Beschäftigungsangebote zu stecken und vor allem in die Jugend zu investieren. Damit entzieht man einfachen Botschaften und ihren Propagandisten den Nährboden. ←

\*Rainer Gries forscht zu „überredenden“ Kommunikationen im 20. Jahrhundert. Er hat Bücher über sozialistische Helden und zur Geschichte der politischen Massenbeeinflussung im 20. Jahrhundert geschrieben beziehungsweise herausgegeben.