Bei vielen Affären in jüngerer Vergangenheit wurde durch mediale Wiederholung eine nicht von Beweisen gestützte Version der Ereignisse erzeugt. War das gewünschte Bild installiert, wurde die Berichterstattung – ohne neue Entwicklungen zu berücksichtigen – jäh abgebrochen und die erzeugte Botschaft im kollektiven Gedächtnis „geparkt“. Dort können die Kampagnen bei Bedarf jederzeit reaktiviert werden. Von **Tobias Riegel**.

Dieser Beitrag ist auch als Audio-Podcast verfügbar.

http://www.nachdenkseiten.de/upload/podcast/180515_Skripal_Giftgas_Hacking_Doping_NDS.mp3

Podcast: Play in new window | Download

Es ist nur wenige Wochen her, da schien es, als sei international kein Thema bedeutsamer als ein mutmaßlicher Giftanschlag auf den in Großbritannien lebenden russischen Doppelagenten Sergej Skripal. Aufbauend auf der Medienkampagne zum Thema Skripal konnten Wirtschaftssanktionen und militärische Aggressionen gegen den angeblichen Täter Russland gefordert und wochenlang eine weltweite Atmosphäre der Spannung – und der Ablenkung – geschaffen werden.

Und dann? Kaum war die Vorverurteilung Russlands durch die Wiederholung unbelegter Anschuldigungen und die falsche Auslegung von Untersuchungsberichten medial installiert, kehrte ein plötzliches Schweigen ein, das bis heute anhält. Darum erfahren die deutschen Medienkonsumenten nicht, dass etwa die britischen Geheimdienste kürzlich einräumen mussten, dass sie keinen einzigen Verdächtigen im Fall Skripal benennen können. Zwar hatten auch deutsche Medien das Gegenteil verbreitet – aber über das Eingeständnis des britischen Nationalen Sicherheitsberaters Sir Mark Sedwill haben sie dann kein Wort verloren.

Emotionen ersetzen Erkenntnisse – Fakten werden nicht nachgereicht

Ähnlich war es bei den Sniper-Schüssen auf dem Kiewer Maidan-Platz 2014, beim Abschuss der Passagiermaschine MH17 über der Ukraine im selben Jahr und zu weiten Teilen bei den Kampagnen zum russischen Doping und Computer-Hacking: Bei allen diesen Affären wurde zunächst durch massive mediale Wiederholung eine weitgehend nicht von Beweisen, sondern Emotionen gestützte Version der Ereignisse erzeugt. War die gewünschte Botschaft installiert, wurde die Berichterstattung jäh abgebrochen und das erzeugte Bild im

kollektiven Gedächtnis „geparkt“.

Wenn es dann doch Erkenntnisse gibt, die Monate später einer Medienkampagne widersprechen, werden diese oft nicht mitgeteilt. Und solche Erkenntnisse – neben dem oben geschilderten Eingeständnis zum Fall Skripal – gab es in jüngerer Vergangenheit einige, ohne dass sie eine angemessene Würdigung in den großen deutschen Medien erfahren hätten: So wurden neue Entwicklungen zum Maidan-Massaker von den Hauptmedien zu weiten Teilen verschwiegen, eine Pressekonferenz Russlands zu den angeblichen Giftgas-Angriffen im syrischen Duma nicht vermeldet, sondern hämisch verzerrt, es wurde die (nicht-russische) Herkunft des „Telekom-Hackers“ weitgehend unterschlagen und ein kürzlich veröffentlichtes Urteil des Internationalen Sportgerichts in Lausanne (CAS), das die Aussagen des russischen Doping-Kronzeugen Grigorij Rodtschenkow stark relativiert, zu weiten Teilen totgeschwiegen.

Medien-Konsumenten werden um die eigene Meinung betrogen

Dass ein Ereignis medial unterschlagen wird, bedeutet noch nicht, dass dadurch etwas bewiesen ist. Hier soll zum Beispiel die russische Pressekonferenz zu Duma weder als Propaganda, noch als Beispiel der leuchtenden Wahrheit präsentiert werden. Wenn Medienkonsumenten aber von der Existenz einer neuen Entwicklung erst gar nicht erfahren – und sei sie zweifelhaft – so werden sie um die Möglichkeit betrogen, sich ein eigenes Bild zu machen.

Das Thema Doping wird angesichts der nahenden Fußball-WM in Russland in den kommenden Wochen eine starke Medien-Dynamik entwickeln. Zudem hat sich die ARD mit ihrem Doping-Korrespondenten Hajo Seppelt beim Thema „russisches Staatsdoping“ auch im Vergleich zur internationalen Medienlandschaft anmaßend weit vorgewagt. Nun hat das CAS festgestellt, dass die Aussagen des antirussischen Kronzeugen Rodtschenkow zu großen Teilen auf Hörensagen beruhen würden, also vor Gericht weitgehend wertlos seien. In der ARD und anderen großen deutschen Medien erfährt man davon nicht.

Gerichte bedrohen emotionale Basis von Medienkampagnen

Das Beispiel des CAS-Urteils zum Doping macht deutlich, warum von den deutschen Hauptmedien nicht auf juristische Herangehensweisen gepocht wird, warum ordentliche Gerichtssprüche nicht abgewartet und auch nicht medial eingefordert werden: Zum einen wird für mediale Schuldsprüche kein Gericht gebraucht, es reicht die pure Macht der Reichweite und der Wiederholung. Zum anderen sind – wie das CAS-Urteil zeigt – juristische „Spitzfindigkeiten“ und penible Untersuchungen der Vorgänge beim Feindbild-Aufbau

störend. In der trocken-rationalen Atmosphäre eines Gerichts gefällte Urteile bergen das Risiko, dass sie den auf „Gefühlen“ beruhenden Medienkampagnen den Boden unter den Füßen wegziehen. Die Gerichtsverfahren innewohnende Genauigkeit bedroht die von den Redakteuren geschaffene und geliebte Sphäre des Ungefähren.

Sobald diese Genauigkeit droht, ins Ungefähre einzubrechen, kann die Notbremse gezogen und das Thema insgesamt medial begraben werden – aber nur vorerst. Bei Bedarf (wenn sich die Bürger nur noch schemenhaft erinnern) kann es als zusätzliches „Argument“ eingeführt werden, manchmal in der geballten Form zahlreicher kombinierter Anschuldigungen, um die Verwirrung komplett zu machen.

Bei Bedarf werden Kampagnen wieder aufgewärmt

Die grüne EU-Abgeordnete Rebecca Harms hat diese Taktik kürzlich in Perfektion genutzt, um für einen Boykott der Fußball-WM in Russland zu trommeln:

> „Der Giftgasanschlag in Salisbury ist nur das neueste Kapitel von Wladimir Putins Verhöhnung unserer europäischen Werte: willkürliche Bombenangriffe auf Schulen, Krankenhäuser und Wohngebiete in Syrien; die brutale militärische Invasion der Ukraine; systematische Hackerattacken; Desinformationskampagnen; Wahleinmischung; Versuche, die EU zu schwächen und destabilisieren – all das steht nicht auf der Visitenkarte eines guten WM Gastgebers.“

Keiner der hier gestapelten Vorwürfe kann nach ordentlichen Standards als bewiesen bezeichnet werden. Harms kann aber auf die in den Köpfen der Bürger gespeicherten Reste der einstigen Medienkampagnen zielen.

Die Strategie der intensiven emotionalen Medien-Kampagnen, die in dem Moment abgebrochen werden, in dem Fakten die selbst erzeugte Version bedrohen könnten, erfüllt somit zwei Kriterien: Sie erzeugt eine Schockstarre, während der unpopuläre Entscheidungen oder Enthüllungen kaschiert werden können. Und sie belässt die emotional aufgeladenen und unaufgeklärten Vorgänge im Hintergrund, um sie beizeiten aufzuwärmen. Es gibt jedoch Anzeichen, dass diese Art von Indoktrination ihre Wirkung verliert.