

Der Ukraine-Krieg in den Sozialen Medien

Begegnungen und Erfahrungen mit *Instagram*, *YouTube* und *TikTok*

VANESSA PRATTES

Lehrstuhl für Geschichte der Neuzeit, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

TOM SABOROWSKI

Geschichte und Ethik, Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg

Abstract

Soldaten, die vor zerstörten Panzern stehen, zerbombte Häuserschluchten oder Mädchen, die im Bunker singen – digitale Beiträge prägen unser Bild des Ukraine-Krieges. Auch Kriegsberichterstattung wird in sozialen Medien ausführlich betrieben. Wie begegnen wir als Nachwuchswissenschaftler*innen einem Krieg, der in nicht allzu weiter Entfernung stattfindet und den wir hauptsächlich in den Sozialen Medien verfolgen? Diese Frage steht im Fokus dieses Aufsatzes, der unsere individuellen Begegnungen mit dem Ukraine-Krieg auf *Instagram*, *YouTube* und *TikTok* beschreibt. Anhand einzelner Beispiele machen wir deutlich, dass digitale Beiträge ein bewusst gestaltetes Abbild des Ukraine-Krieges konstruieren. Die produzierten Medien werden als mediale Zeugenschaft und Protestmittel im Krieg auf eine neue Bedeutungsebene gehoben. Sie beeinflussen, was gefühlt und gedacht werden soll. Der Kommentarfeed eines Beitrages gibt dabei spannende Einblicke in die Wirkung des Contents auf einzelne User*innen und spiegelt ausgelöste Emotionen wider.

Keywords: *ukrainekrieg; soziale medien; aneignung; propaganda; emotionen*

Flüchtende Menschen, Soldaten, die vor zerstörten Panzern stehen, zerbombte Häuserschluchten, die ihre Silhouette gänzlich verloren haben und Videos von singenden Mädchen im Bunker – der Ukraine-Krieg ist in unserer digitalen Welt allgegenwärtig. Die Sozialen Medien konstruieren ein Abbild des Krieges, das auf unser Nutzer*innenverhalten ausgerichtet ist.

Wie begegnet uns als Nachwuchswissenschaftler*innen und – Vertreter*innen einer gerne als „Digital Natives“ titulierten Generation – jener Krieg, der in nicht allzu weiter Entfernung stattfindet und den wir hauptsächlich in den Sozialen Medien verfolgen? Diese Frage steht im Fokus dieses Aufsatzes, der unsere individuellen Begegnungen mit dem Ukraine-Krieg auf *Instagram*, *YouTube* und *TikTok* beschreibt.

In den Sozialen Medien können potenziell alle über fast alles berichten. Diese Inhalte verbreiten sich in kürzester Zeit und erreichen Millionen Klicks. Auch der Krieg in der Ukraine geriet unversehens zu einem dauerhaft präsenten medialen Ereignis für die Vielen – für zahlreiche Gruppen von Nutzer*innen und Peergroups. Allerdings spielen

Expert*innen in diesem fluiden Kommunikationsraum der Sozialen Medien scheinbar kaum eine Rolle. Um gehört zu werden, sind sie in der Regel auf bestimmte Kanäle angewiesen, die ihre Positionen im Wettbewerb der Meinungen unter die Vielen bringen.

Videos von hingerichteten, getöteten Menschen mit unterlegter melancholischer Musik lösen Entsetzen in uns aus und werden Teil unseres inneren Bildes von diesem Angriffskrieg. Text, Bilder, Musik, Design und Symbolik prägen unsere Rezeption. Beim Durchscrollen unserer Social-Media-Kanäle sind wir diesen multimodalen Produktionen permanent ausgesetzt. Zwischen Prankvideos, Werbeangeboten, Dokumentationen und allen möglichen anderen Empfehlungen, die unsere Aufmerksamkeit verlangen, ist die Beschäftigung mit diesem Krieg nur ein weiteres Angebot von unzähligen. Ein besonderes Angebot, das mit zuweilen irritierenden, aber auch spannenden und fesselnden Beiträgen dazu herausfordert, beobachtet, dokumentiert und erfasst zu werden.

Uns interessiert dabei insbesondere die Frage, wie genau bei diesen Produktionen mit Bezug auf den Krieg in der Ukraine, die

uns in ausgewählten Sozialen Medien begegnen, *Krieg* dargestellt wird: Lassen sich gerade aus unserer subjektiven Perspektive womöglich Zäsuren in der Darstellung von *Krieg* wahrnehmen? Spielen Formen und Elemente tradierter *Kriegsberichterstattung* überhaupt noch eine Rolle – und wenn ja, welche?

Im Rahmen eines persönlichen Rezeptionsberichts einzelner ausgewählter Beispiele beschreiben wir im Folgenden, welche Beiträge unsere Aufmerksamkeit generieren, was wir dabei denken und schließlich fühlen. Neben unseren individuellen Aneignungen versuchen wir zudem, die Wirkungsweise zu beschreiben, die auf unsere Rezeption Einfluss nimmt. Zu Beginn schildert Vanessa Prattes ihre Erfahrungen mit der visuellen und motivischen Darstellung des Krieges sowie der kommerziellen und journalistischen Nutzung von Kriegsinhalt auf der Plattform *Instagram*. Danach befasst sich Tom Saborowski mit den Techniken der Aufmerksamkeitserzeugung und der vereinfachten Darstellung von Kriegsgeschehen anhand eines *Youtube-Kanals*. Schließlich betrachtet er dann auf *TikTok* die patriotische Rezeption anhand der Kommentare eines Kurzvideos mit militärischem Inhalt.

***Instagram*: Der Krieg als profitable Kulisse**

Der Hashtag #ukraine bietet mit knapp 36 Millionen Beiträgen (Stand Juli 2022) einen vielfältigen Blick auf die Ukraine: Bilder der beinahe romantisch anmutenden, scheinbar friedlichen, verregneten Hafenstadt Odessa, eine Bilderreihe mit dem Spendenaufruf für Tourniquets (Abbindesysteme, die Blutungen binnen kurzer Zeit stoppen), darunter stechen Bilder eines zerstörten Einkaufszentrums in Mykolaiv – und von einem jungen Mann etwa meines Alters mit Beinprothesen hervor. Wenngleich es sicher nur wenige Aufnahmen unserer Zeit ausgedruckt in Alben schaffen, prägen die millionen, digitalen Bilder dennoch visuelle Muster und Kategorien, indem sie von weiteren Produzent*innen aufgegriffen und weiterverbreitet werden. Daher überrascht es nicht, dass gegenwärtige Trends in den Sozialen Medien auch im Kontext dieses Krieges fort-

geführt und erweitert werden. Momente für die Nachwelt festzuhalten, bekommt jedoch während kriegerischer Auseinandersetzungen eine neue Bedeutungsebene.

Auf *Instagram* findet sich ein zentrales Konvolut an visuellen Mustern, die unser Bild des Ukraine-Krieges täglich prägen. In dem sozialen Netzwerk, das seit August 2012 zu *Facebook* gehört, werden täglich etwa 100 Millionen Fotos hochgeladen. Die Zahl der aktiven Nutzer*innen beläuft sich auf rund 1,22 Milliarden Menschen weltweit und mehr als die Hälfte der *Instagram*-Nutzer*innen ist jünger als 34 Jahre. Damit bin ich als 28-jährige Frau Teil der größten Nutzer*innengruppe, wobei die aktivste Altersgruppe der Community aus 18- bis 24-Jährigen besteht.

Während *Instagram* in Russland am 11. März 2022 vorgeblich zum „Schutz der psychischen Gesundheit“ durch die russische Medienaufsicht Roskomnadsor gesperrt wurde – was nicht bedeutet, dass nicht auch dort User*innen die Sperre umgehen – gibt der Ukraine-Krieg unterschiedlichen Akteursgruppen weltweit Anlass, Kriegsbeiträge zu produzieren und auf der digitalen Plattform hochzuladen, zu teilen und zu kommentieren (T3n, 14.03.2022). Dabei besteht die Wahl zwischen verschiedenen Content-Formaten: einem Beitrag, einer Story, einem *Instagram-TV* oder gleich mehreren aufeinander folgenden Kurzvideos, sogenannten Reels. Mit Hashtags kann die Zielgruppe vergrößert werden sowie eine höhere Reichweite, mehr Likes und mehr Interaktionen generiert werden. Die drei beliebtesten Hashtags auf *Instagram*, #fashion, #love und #style, verdeutlichen, dass der Content hier hauptsächlich in der Vermarktung eines positiven Lebensgefühls in Form von Mode, Essen, Fitness oder auch Reisen besteht. Seit einigen Jahren werden jedoch auch Themen aus den Bereichen Umweltschutz und Nachhaltigkeit als präzente Hashtags wahrgenommen.

Die Präsenz dieses positiven Lebensgefühls spüre ich auch beim Durchscrollen der Beiträge, die unter dem Hashtag #ukraine erscheinen. Mein Blick wird auf Bilder posierender Frauen am Strand, aufwendige Make-up-Looks sowie im besten Licht präsentierte teure Handtaschen oder Autos gelenkt (Abb. 1).

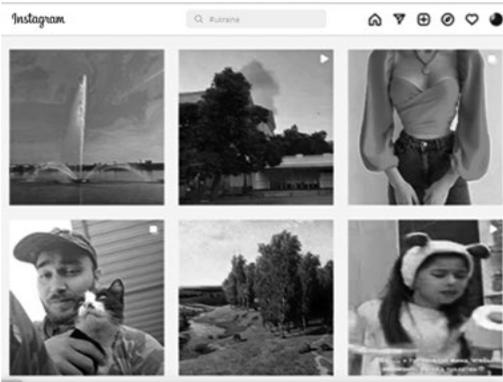


Abb. 1: Ausschnitt der knapp 36 Millionen Beiträge mit dem #ukraine auf Instagram, Screenshot 31. Juli 2022.
<https://www.instagram.com/explore/tags/ukraine/>

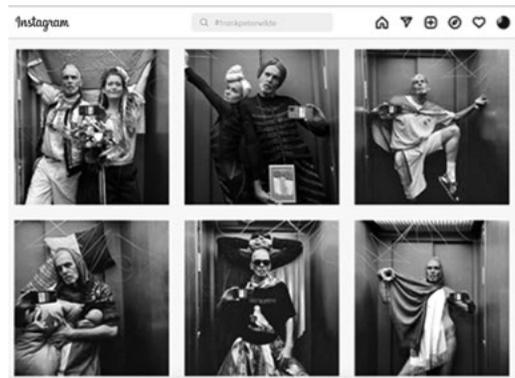


Abb. 2: Screenshot des Instagram Accounts von @frankpeterwilde am 31. Juli 2022.
<https://www.instagram.com/frankpeterwilde/>

Mir stellt sich die Frage, wo und wie ich dem Ukraine-Krieg im Rahmen meines persönlichen Feeds begegne, der von Accounts von Privatpersonen aus dem deutschsprachigen und anglo-amerikanischen Raum sowie zahlreicher Medienunternehmen dominiert wird. Seit der russischen Invasion in die Ukraine stechen immer wieder die Farben blau und gelb hervor.

Mal im gelben Bademantel und mit blauem Kopftuch, die Nationalflagge lässig um die Hüfte gebunden, oder im blauen Cocktailkleid und großer Sonnenblume – der Berliner Stylist Frank Peter Wilde (@frankpeterwilde) kreiert jeden Tag ein Outfit rund um die Nationalfarben der Ukraine, Blau und Gelb, und teilt es auf seinem *Instagram*-Account mit einer potenziellen Weltöffentlichkeit (Abb. 2). Besonders skurril wirkt dabei das Spiegel-Selfie, auf dem er eine Baby puppe, eingewickelt in die ukrainische Flagge, wie ein echtes Kind schützend an der Brust hält. Seine Solidarität mit der Ukraine begründet er in einem Interview mit der ukrainischen *Fashion Daily Weekly* (Wilde, 2022) mit seinem Kampf für Freiheit als homosexueller Mann: „Putin hates freedom, he seeks to erase your identity and dignity. Europe must help Ukraine win.“ Ist diese Art von Inszenierung als eine Solidaritätsbekundung oder nicht doch eher als Mittel zu einem anderen Zweck einzuordnen? Schließlich führt mehr Aufmerksamkeit auf Social Media gleichzeitig zu einer Steigerung der Bekanntheit auch außerhalb des digitalen Raums. Likes, Kommentare, Sharings und Follower scheinen die Pfeiler eines erfolgrei-

chen *Instagram*-Accounts zu sein. *Instagram* hat sich in den letzten Jahren zu einem bedeutenden globalen Marketing-Netzwerk entwickelt, sodass auf der Plattform Unternehmen aktiv und gezielt für Produkte werben oder sich passiv durch Personen bewerben lassen. Zwar muss Werbung mit einem Hinweis markiert werden, jedoch verschwimmen die Grenzen von finanzierter Werbung und privater Produktempfehlung aus der Nutzer*innenperspektive häufig.

Mit seinen täglichen Inszenierungen der Nationalfarben verfolgt Wilde ein etabliertes Muster im Ausdruck von Solidarität in Sozialen Medien. Welchen Einfluss derartige Accounts haben, die weder der Mikro- noch der Makro-Influencer*innen-Szene zuzuordnen sind, verdeutlicht ein Blick auf die Reichweite von Frank Peter Wilde. Mit der Invasion Russlands auf die Ukraine begann Wilde seine bereits zuvor täglich aufgenommenen Bilder im Aufzug in den Kontext des Ukraine-Krieges zu setzen. Mit diesen Zusammenstellungen erreicht er bis zu 24.000 Likes pro Post bei einem Account von 19.000 Follower*innen (Stand Juni 2022). Die Reichweite seiner Posts zeigt, dass die Nationalfarben ein wichtiges Element in der digitalen Kommunikation über den Krieg und ein geeignetes Mittel für die Generierung von Aufmerksamkeit darstellen.

Kann man im Falle von Frank Peter Wilde folglich nicht schon von Branding sprechen? Angesichts der Tatsache, dass sich Designer*innen eben mit ihren Outfits in der Modewelt verorten und der eigene Name als Marke den Erfolg am Markt garantieren soll,

durchaus. Sicher ist, dass Frank Peter Wilde mit den Outfits nicht nur Solidarität mit der Ukraine ausdrückt, sondern auch seine Person als Marke öffentlichkeitswirksam inszeniert. Die Flagge hat sich als internationales Mittel zur Positionierung etabliert, was zum Beispiel 2006 im Rahmen der Fußballweltmeisterschaft in Deutschland zu kontroversen und emotionalen Diskussionen geführt hat. Gegenwärtig sehen wir die ukrainische Flagge jedoch nicht nur im digitalen Raum, sondern auch auf Litfaßsäulen, an Brücken oder auf Theater projiziert. Frank Peter Wilde solidarisiert sich mit seinen Posts folglich eindeutig mit der Ukraine.

Das Element der Nationalfarben erinnert mich zudem an Filter im Zuge des Hashtags #je-suis-charlie. Diese eröffneten jeder Person eine einfache und bequeme Möglichkeit, sich auf Social-Media-Kanälen zu den Anschlägen auf die Charlie Hebdo-Redaktion zu positionieren und Solidarität mit Frankreich zu äußern. Der kriegsartige Überfall auf die Ukraine leitete somit den Übergang der Flagge in den Bilderkanon ein. Diese Inszenierungen mit der Flagge der Ukraine dienen der Solidarität, aber stellen häufig auch einen ökonomisch relevanten Faktor dar.

Der Krieg als menschliche Erfahrung

Bei der Betrachtung von Beiträgen, die den Ukraine-Krieg kommentieren, blicke ich in traurige und vom Krieg gezeichnete Gesichter. Diese Bilder des frühen 21. Jahrhunderts unterscheiden sich von Kriegsdarstellungen vor der digitalen Revolution dahingehend, dass sie durch die Kommentarfunktion zur Interaktion einladen, von Privatpersonen aufgenommen werden und eine potenzielle Weltöffentlichkeit binnen kürzester Zeit erreichen können.

Eine Fotografie auf dem *Instagram*-Account der deutschen Fotojournalistin Stephanie Glinski (@stephglinski) mit knapp 50.000 Followern (Stand Juli 2022) erinnert mich an Darstellungen vergangener Kriege. Vor Ausbruch des Ukraine-Krieges fotografierte sie die Auswirkungen der Machtübernahme durch die Taliban auf die afghanische Gesellschaft. Um den Ukraine-Krieg dokumentieren zu können, reiste sie als Kriegsberichterstatterin in dieses Land.



Abb. 3: Screenshot des Instagram Accounts von @stephglinski. 31. Juli 2022.
<https://www.instagram.com/p/CasTme5M6WU/>

Dass sie ihre Werke an Medien wie den *Guardian* verkauft, zeichnet sich auch in der Bildgestaltung ab. Die flüchtende Bevölkerung wählt sie als zentrales Motiv. Ein Bild von Stephanie Glinski zeigt, wie ein ukrainischer Bahnbediensteter einer Frau ihr Kind entgegenhält und beiden hilft, in einen Zug Westen einzusteigen (Abb.3). In der Bildunterschrift beschreibt sie die Szene genauer. „No men on the train“ – habe eine Stimme aus dem Lautsprecher für den Zug in Richtung polnische Grenze verkündet. Männer dürfen nicht ausreisen.

Glinski rückt mit ihren Fotografien Menschen in den Fokus und schafft damit das Narrativ des Krieges als eine zutiefst menschliche Erfahrung. Körper visualisieren den Ausbruch, den Verlauf und die Auswirkungen von Kriegen. An ihnen manifestieren sich politische Entscheidungen. Dies führt mich zu der Frage, wie Geschlechteridentitäten im Rahmen des Ukraine-Krieges auf Social Media präsentiert werden. Heteronormative Darstellungsmuster ziehen sich wie ein roter Faden durch meinen Feed. Männer erscheinen als kämpfende Soldaten und Frauen als umsorgende Mütter. Helden sind meist männlich – und Opfer weiblich. Sicher trägt dieses immer wiederkehrende Muster zu einer Verfestigung traditioneller Geschlechterbilder bei. Darunter subsumieren sich zum einen traditionelle Rollen von Mann und Frau und zum anderen die Ausgrenzung weiterer Geschlechteridentitäten, denn infolge der betonten Zweigeschlechtlichkeit werden Personen, die sich außerhalb der binären Kategorien identifizieren, ausgeschlossen. In meinem Bild vom Ukraine-Krieg stellen sie damit keine Handlungsakteur*innen dar.

Das obige Foto löst außerdem eine Handlungsaufforderung in mir aus, die an ein

festgelegtes Feind-Freund-Schemata – mit Russland als Aggressor und der Ukraine als bedrohtes Land – gekoppelt ist. Meine politische Ausrichtung wird durch das kleine Kind mit Emotionen aufgeladen. Die Fotografie erinnert mich an Ikonen der Kriegsfotografie wie an das fliehende Napalm-Mädchen aus dem Vietnamkrieg oder an den Jungen im Warschauer Ghetto, der im Film „Schindlers Liste“ medial reproduziert worden ist. Abbildungen von Kindern werden als visuelles Mittel in der Kriegs- und Krisenkommunikation benutzt, indem sie sowohl der politischen Rechtfertigung dienen als auch zur moralischen Kritik an militärischen Interventionen auffordern. Kinder erscheinen im Kriegsdiskurs als etablierte Ikonen der Schutzlosigkeit, die Mitleid auslösen. Dies spiegelt sich ebenfalls in den Kommentaren wider. Dort zeichnen sich moralische Reaktionsmuster ab, die von Mitgefühl, Betroffenheit und Entsetzen dominiert werden. Es erscheinen weinende Smileys, gebrochene Herzen und ukrainische Flaggen.

Mit meinem persönlichen Gefühl von Mitleid reihe ich mich in die Reaktionen anderer Nutzer*innen der Kommentarspalte ein, denn auch dort wird der Tenor von Mitleidsbekundungen bestimmt. „This is so extremely heartbreaking“ schreibt *miki_grrrl*. Mit den Gefühls- und Mitleidsbekundungen in den Kommentaren kristallisiert sich eine weitere Reaktion auf den Ukraine-Krieg auf *Instagram* heraus.

„Thanks for documenting!“ – Der Schein der Authentizität



Abb. 4: Screenshot des Instagram Accounts von @stephglinski. 31. Juli 2022. https://www.instagram.com/p/CbUfZTsM_eP/

Explosionen, Waffen, kämpfende und verwundete Soldaten sowie Panzer prägen – vielleicht schon immer – das Bild moderner

kriegerischer Auseinandersetzungen. Dieser tradierten Kriegsikonografie folgt scheinbar auch die Fotografin Glinski. Auf ihrem Account findet sich das Foto eines 52-jährigen ukrainischen Soldaten namens Sergej Bayta, der auf einen zerstörten Panzer blickt (Abb.4). Dieser wird als Absperrung eines Checkpoints eingesetzt und schützt einen der wichtigsten Zugänge nach Kiew. Die ausführliche Bildunterschrift mit genauen Angaben zu dem Ort, den abgebildeten Personen und einer szenischen Einführung erinnert mich an die fotojournalistische Motivation dieser Aufnahme.

Ich frage mich, ob Bayta, dessen Silhouette ich lediglich sehe, noch am Leben ist. Ein Kommentar, dem zufolge auch sein ältester Sohn an diesem Checkpoint stationiert sei und an der Seite seines Vaters kämpfe, löst Unwohlsein in mir aus. „Slava Ukraini“ und „F**k Putin“ habe er geschrien, bevor er zurück an die Einsatzstelle kehrte. Die Bildunterschrift führt die Betrachter*innen noch tiefer in das Geschehen und schildert die Akustik der dargestellten Szenerie. Demnach seien „Gunfire and shelling“ zu hören. Diese kurze Unterschrift lässt mich das Bild folglich nicht nur betrachten, sondern ebenso „hören“ und erleben.

Die Kommentator*innen bekunden Emotionen wie Mitleid, Trauer und Ergriffenheit – und auch Dankbarkeit gegenüber der Fotografin als Produzentin des Bildes. So schreibt *an_ka_he*: „Thanks for documenting! It’s so heavy to watch, but so important to stand by and do everything we can to help“. Der Begriff ‚Dokumentation‘ lässt mich innehalten, stellt er doch den Zusammenhang zur Authentizität her. Wird womöglich gerade dieses Bild als authentisch wahrgenommen, weil es etablierte Elemente der Kriegsfotografie nutzt?

Nach Gerhard Paul (Paul 2006, 22) fungieren Bilder als „Agenturen der Erinnerung“ sowie als aktive „publizistische Waffen“, die im Zuge ihrer propagandistischen Wirkungsmacht als mächtige Elemente in der Öffentlichkeit wirken. Dass jeder Beitrag und damit auch die Darstellung von Mutter und Kind sowie von Soldaten in den Sozialen Medien eine Form der Beeinflussung und damit propagandistische Inhalte transportiert, entzieht sich unserem durch diktatorische Systeme geprägten Propagandabegriff. Doch

auch Privatpersonen können Agenda-Setting betreiben. Ein fotografiertes oder gefilmter Beitrag wird durch das Hochladen zu einer politischen Kommunikation, die sich gegenüber einem Inhalt positioniert.

Wenngleich Stephanie Glinski nur eine Momentaufnahme liefert, suggeriert die Komposition von Bild und Text eine authentische Darstellung vom Kriegsalltag in der Ukraine zu sein. Der Kommentar „Thanks for documenting“ zeigt, dass das Foto von den Nutzer*innen als authentisch wahrgenommen wird. Ähnliche Kommentare finde ich ebenso unter dem Foto von Mutter und Kind. „Thank you Steph for always being on the ground where you’re needed, and so fairly representing everyone’s stories“, schreibt dort eine Person.

Vergessen wird dabei, dass sich Stephanie Glinski in der Produktion der Beiträge nach Anfrage und Nachfrage ihrer Auftraggeber*innen richtet und *Instagram* als berufliche Plattform nutzt, um ihre einzelnen Werke der Öffentlichkeit zu präsentieren und damit ein digitales Portfolio ihrer Arbeit zu kreieren. Für potenzielle Rezipient*innen ihres Beitrages rückt dabei in den Hintergrund, dass es sich hier lediglich um einen subjektiv ausgewählten Ausschnitt eines komplexen Kriegsgeschehens handelt, der von einer Fotojournalistin aufgenommen, bearbeitet und bewusst in dieser Form veröffentlicht worden ist.

Spendenaufrufe und Kriegsschicksale statt touristischer Vermarktung

Einen nicht weniger subjektiven, aber durch eine staatliche Institution legitimierten Einblick auf die ukrainische Perspektive auf *Instagram* bietet der offizielle Account der



Abb. 5: Screenshot des Instagram Accounts @Ukraine.ua. 31. Juli 2022.
<https://www.instagram.com/ukraine.ua/>

Ukraine mit knapp 975.000 Followern.

In den Story-Rubriken ist ein klarer narrativer Bruch zwischen Vorkriegszeit und Kriegsbeginn ersichtlich. So finden sich vor der russischen Invasion Rubriken, die Reisetipps, einheimische Rezepte oder Links zu bekannten ukrainischen Liebesliedern auf *Spotify* präsentieren und damit in mir die Lust wecken, das Land zu bereisen und die Kultur, Sprache und Bevölkerung kennenzulernen. Doch die aktuellen Storys spiegeln eine ganz andere Realität – der scharfe Schnitt im Leben der ukrainischen Bevölkerung wird regelrecht spürbar. Ich öffne die aktuellen Storys aus der Gegenwart des Krieges wie ‚Help Ukraine‘, ‚Media‘, ‚War News!‘ oder ‚Fights‘ und begegne dabei Explosionen, brennenden Häusern, Demonstrationen in europäischen Hauptstädten und Spendenaufrufen. Die Reichweite des *Instagram*-Kanals wird dabei nicht mehr bloß als Vermarktung, sondern darüber hinaus als wichtiges Kommunikationsmittel im Krieg eingesetzt, da etwa Spendenaufrufe auf diesem Weg rasch mit einer breiten Öffentlichkeit geteilt werden können. Erst spät fällt mir die Selbstbeschreibung des Accounts auf, die wie ein direkter Appell an die Moral und das Durchhaltevermögen der eigenen Bevölkerung wirkt: „Official Instagram of Ukraine – the brave country fighting for freedom in the heart of Europe. Verified information“ ist dort zu lesen. Mit dem Prädikat „fighting for freedom“ erinnert der Kanal mich und eine potenzielle Weltöffentlichkeit an die Stellung Russlands als Aggressor. Herausstechend ist ferner der Hinweis „Verified information“, mit dem der Account die Echtheit und Wahrheit der Beiträge suggeriert.

Auf dem Kanal finden sich verhältnismäßig viele Abbildungen von Ukrainer*innen, die direkt erkennen lassen, welche gravierenden Auswirkungen der Krieg auf die Bevölkerung des angegriffenen Landes hat. Eine Aufnahme aus dem Sommer zeigt ein sich küssendes Brautpaar vor dem Hintergrund eines zerstörten Mehrfamilienhauses in Tschernihiw. Die Braut hält die ukrainische Flagge hoch. In der Bildunterschrift ist das bekannte Zitat „Where there is love there is life“ von Mahatma Gandhi zu lesen. Weiter unten in der Timeline fallen mir bewegende Collagen einer Künstlerin auf, die Fotografien von Menschen im Kriegsalltag mit Ausschnitten berühmter Gemälde kombiniert. Auf einem Bild legt die

schöne viktorianische Frau aus dem Gemälde „Awaiting his return“ von William Henry Margetson einem rauchenden ukrainischen Soldaten tröstend die Hand auf die Schulter. Immer wieder stoße ich auf Bilder von Kindern und Erwachsenen mit amputierten Gliedmaßen. Der offene Sarg eines bei dem Anschlag in Vinnytsia getöteten vierjährigen Mädchens mit trauernden Angehörigen im Hintergrund steigert meine Betroffenheit erneut. Die Aufzählung ließe sich noch weiterführen. Es ist eine Sammlung von Bildern trauriger Schicksale, die es ohne den Krieg nicht gegeben hätte.

Als Reaktion auf bestimmte Beiträge oder den Ukraine-Krieg als Ereignis haben sich Solidarisierungen und Mitleidsbekundungen herausgezeichnet. Kriegskontext auf *Instagram*, wo die Vermarktung der eigenen Person oder von Produkten und die Präsentation eines schönen Lebensgefühls im Vordergrund stehen, widerspricht meinen Erwartungen, wenn ich die App öffne. Dennoch bin ich dankbar für die Einblicke in einen Krieg, den ich durch die Präsenz auf meinem Instagram Feed vielfältiger und alltäglicher wahrnehme, als andere Kriege. Spannend ist daher nun der sich anschließende Blick von Tom Saborowski auf *YouTube*, ein Social-Media-Kanal, den ich lediglich für die ganz bewusste Recherche nutze.

YouTube: Der Krieg und die Klicks

Ein kniender Mann schießt aus einem Gewehr. Das Kamerabild erbebt unter der Wucht eines Panzerschusses. Durch zwei gewaltige Detonationen erheben sich Feuerbälle und Rauchschwaden über einer Landschaft: drei schwarz-weiße Videosequenzen in nur zwei Sekunden aneinandergereiht. Akustisch begleiten mich lauter werdende Schussgeräusche und eine Detonation. Peng, PENG, PENG.

Ein Mann in einem rosaroten Hawaiihemd erscheint und fragt: „Habt ihr in letzter Zeit auch den Eindruck gewonnen, die US-Regierung würde sich irgendwie schon riesig darauf freuen, dass Russland endlich in die Ukraine einmarschiert? Falls ja, dann hört jetzt gut zu.“ Das Intro-Video des Kanals wird abgespielt. Zu E-Gitarrenmusik wird mir eine Comicfigur präsentiert, die den nordkoreani-

schen Diktator Kim Jong-un darstellt. Dieser jagt sich selbst mit einer Rakete in die Luft, dann wird das Logo *Visualpolitik* eingeblendet. Dieses Logo repräsentiert den Kanal. Seine Bedeutung erschließt sich für mich nur intuitiv. Es erinnert mich an eine skizzenhaft gezeichnete Frontalansicht eines griechischen Tempels. Der Unterbau und das Giebeldreieck umschließen vier größer werdende Säulen eines Balkendiagramms. Für mich symbolisieren die vier immer größer werdenden Säulen den Aufbau an Wissen, während Unterbau und Giebeldach sofort Assoziationen an Kultur, Politik und Wirtschaft in mir wecken. Als Wiedererkennungsmerkmal wird das Logo zu Beginn der Videos eingeblendet und auch als Profilbild des Kanals genutzt. Nach diesem kurzen gedanklichen Intermezzo flackern wieder Militäraufnahmen von Maschinengewehren, Kampffjets, Soldaten in Aktion und Panzern über den heimischen Bildschirm. Der Moderator beginnt zu erzählen. Ich befinde mich jetzt bei Sekunde 30 und habe bereits vier verschiedene inhaltliche Sequenzen erlebt. Die Schnelligkeit dieser Videoeinleitung weckt in mir das Gefühl von äußerster Spannung. Jetzt fühle ich mich aufmerksam, interessiert und sensationslustig nach neuen Eindrücken. Wie in einem Actionfilm oder Videospiel werden die ersten Sekunden zum schnellen, abwechslungsreichen Erlebnis für die Sinne. Vor einigen Jahren recherchierte ich selbst einmal dazu, wie ein gelungener Einstieg für ein *YouTube*-Video gestaltet werden könnte. Hierbei merkte ich mir die drei Sekunden-Regel: Erfolgreiche *Youtuber**innen müssen die Zuschauer*innen in den ersten drei Sekunden packen. Denn in diesen ersten Sekunden entscheidet sich maßgeblich, ob das Video weiter angeguckt oder weggeklickt wird. Abwechslungsreiche Militäraufnahmen schaffen es anscheinend sehr gut, die Aufmerksamkeit der Zuschauer*innen zu halten. Wenn ich diese ersten 30 Sekunden für mich reflektiere, so fallen mir gleich mehrere Elemente auf, die in mir das Interesse am Video weckten. Die suggestive Fragestellung des Moderators ließ mich verwirrt und auch neugierig zurück. Wieso sollte die US-Regierung denn einen Krieg wollen? Doch bevor ich länger darüber nachdenken konnte, wurde schon das Intro-Video der Comicfigur Kim Jong-un durchgespielt, die Aufnahmen von Militärgeräten erschienen erneut, der Moderator erzählte

über die bisherigen Geschehnisse vom Zusammenzug der russischen Truppen an der ukrainischen Grenze. Ich bin bereit für mehr Actionaufnahmen, für eine Geschichte, die er mir erzählen wird! Es bleibt keine Zeit selbst nachzudenken, sofort geht es hinein in die Erzählung. Neues Wissen, verborgene Hintergründe sollen enthüllt und visuell aufbereitet werden. Die Aufnahmen wirken. Sie erzeugen das Gefühl, gerade hautnah bei Kampfhandlungen dabei zu sein und einen Einblick in mir sonst unbekannte Vorgänge auf der Welt zu erhalten. In den folgenden zwanzig Minuten regt sich manchmal durchaus Zweifel an der Wahrheit der Darstellung, doch das Gesamtnarrativ dieses Videos überzeugt. Der Moderator beantwortet seine Anfangsfrage damit, dass der Westen von einem russischen Angriff auf die Ukraine letztlich nur gewinnen könne: die NATO würde gestärkt, Nordstream 2 scheitern und die Abhängigkeit von russischen Öl- und Gasimporten schwinden. Außerdem könnten erneute internationale Sanktionen gegen Russland so legitimiert werden. Seine Darstellung klingt plausibel. Ich glaube ihm.

Doch warum eigentlich? Wie wurde ich in wenigen Sekunden dazu gebracht, dieses Video und den dahinterstehenden Kanal für glaubwürdig zu halten und ganze 30 Minuten lang sein Video zu konsumieren? Um wen handelt es sich bei dem Mann im rosaroten Hawaiihemd, der mir mit äußerst rhetorischem Geschick eine vollumfängliche, mir im ersten Moment glaubhaft erscheinende Berichterstattung liefert?



Abb. 6: Screenshot der YouTube Startseite von Visualpolitik mit entsprechenden YouTube-Videos. 12. Juli 2022.

<https://m.youtube.com/c/VisualPolitikDE>

Das eben beschriebene Video findet sich auf der Videoplattform *YouTube*. Die Betreiber*innen des Kanals beschreiben sich selbst als Wissensvermittler*innen für Geopolitik

und Weltwirtschaft: VisualPolitik wurde 2016 in Spanien gegründet – heute publiziert der Kanal nicht nur in spanischer, sondern auch in englischer und deutscher Sprache. Über die Betreiber*innen wissen wir wenig; es heißt, sie hätten Journalismus, Informatik und auch Wirtschaftswissenschaften studiert. Der deutschsprachige Kanal VisualPolitik DE ist durchaus erfolgreich; im August 2022 erreichte er 263.000 Abonnent*innen. Der Informatiker Mark Reicher ist hier der Moderator, der Mann im Hawaiihemd. Auf mich wirkt er in den Videos aufgrund seines legeren Outfits sympathisch. Im gedimmten, warmen Licht vor einer weißen Leinwand mit Landkarten stehend, erscheint er mir weder als Fachmann noch als reiner Entertainer. Vielmehr sehe ich in ihm einen informierten und rhetorisch mitreißenden Erzähler. Fast wie ein Weltenbummler, der mit jedem ein spannendes Gespräch über internationale Politik und Wirtschaft führen kann und dabei komplexe Zusammenhänge auf ihren Wesenskern reduziert. Um Videos dieser Spiellänge mit visuellem und rechercheintensivem Aufwand zu produzieren, braucht es durchaus mehr als nur eine Person. Wer sonst noch an der Produktion der Videos beteiligt ist, ließ sich allerdings nicht herausfinden. Im Reiter *Kanalinfo* des deutschsprachigen Kanals wird kommuniziert, dass die Berichterstattung über politische Themen und die „wichtigen Entwicklungen [...], von denen man nichts mitbekommt“ (VisualPolitik DE, 30. Juni 2022) zum Hauptgeschäft von VisualPolitik DE gehört. Tatsächlich berichtet dieser Kanal häufig über Hintergründe tagesaktueller Ereignisse, die in den etablierten Medien selten vorzufinden sind. Die Videos haben dabei eine Spieldauer von 15 bis 30 Minuten. In diesen nutzen die Betreiber*innen Medienberichte, Zitate und Sachwissen aus der Soziologie, Geschichte und Ökonomie, um eigene Narrative zur Erklärung des Zeitgeschehens zu entwickeln.

Mit dem Krieg gegen die Ukraine erreichte dieser Kanal ein stetig wachsendes Publikum. Dabei zeichnet sich jedoch ab, dass die View-Zahlen der einzelnen Videos – abhängig von den Themen – schwanken. So fällt auf, dass das erste vorkriegsbezogene Video vom 8. Februar 2022 mit dem Titel „Hat Putin GRÜNDE für die INVASION der UKRAINE?“ mit über 152.000 Aufrufen (Stand 5. Mai 2022) deutlich mehr Aufrufe erzielte als alle the-

matisch anderen Videos des Monats, die hauptsächlich zwischen 30.000 und 60.000 Aufrufe erreichten. Übertrumpft wurde diese Reichweite dann am 16. Februar 2022 mit dem oben näher beschriebenen Video „Wie die Invasion der Ukraine RUSSLAND RUINIEREN wird“ mit über 872.000 Aufrufen (Stand 5. Mai 2022). Es erscheint auch selbst im August noch direkt auf der Startseite des *YouTube*-Kanals und fungiert offenbar inzwischen als dessen Aushängeschild.

Im Monat März werden dann zehn Videos in Folge mit Bezug zum Krieg gegen die Ukraine publiziert. Im Vergleich zu thematisch anderen Produkten dieses Kanals, weisen die Videos mit Bezug zum aktuellen Kriegsgeschehen überdurchschnittlich hohe Klickzahlen auf; auch im April wird die Publikation von kriegsbezogenen Videos fortgesetzt. Mit Hilfe der Kriegsthematik lassen sich kontinuierlich hohe Klickzahlen erzielen – und der Kanal kann deutlich mehr Zuschauer*innen und Abonnent*innen gewinnen.

Doch wie schafft es ein solcher Kanal auf *YouTube* überhaupt, dass eben seine Videos zum Krieg angeklickt werden?

Die Kunst des „klickwerten“ Titels und Thumbnails

Titel (Überschrift) und Thumbnails (Vorschaubilder) dienen auf *YouTube* vor allem einem Ziel: dem schnellen Klick. Sie müssen die Zuschauer*innen ohne viel Nachdenken intuitiv zum Klick führen. In den Titeln und Thumbnails der von VisualPolitik DE veröffentlichten Videos von Ende Februar bis Anfang April taucht gehäuft der Name ‚Putin‘ auf, aber auch das Wort ‚Russland‘ oder ‚russisch‘ springt sofort ins Auge. Die häufige Verwendung dieser Schlagwörter als Teaser (Anreißer) dient nicht zuletzt der Unterstützung der algorithmischen Funktionen der *YouTube*-Suchmaschine. Da Wörter wie ‚Putin‘ oder ‚Russland‘ infolge des Überfalls auf die Ukraine häufig eingegeben werden, führen sie nahezu automatisch zu einer vergleichsweise hohen Reichweite. Außerdem verwendet VisualPolitik DE für fast jedes Thumbnail menschliche Gesichter. Bereits hier findet also eine Personalisierung statt: In diesen Gesichtern spiegeln sich gewissermaßen meine und unser aller Emotionen. Michail Gorbatschow

führt über den Untergang der Sowjetunion einen *Facepalm* aus. Der sogenannte *Facepalm* ist vergleichbar mit dem Ausdruck „sich an den Kopf fassen“ und symbolisiert einen Ausdruck des Fremdschämens oder der Enttäuschung über eine Sache; in diesem Falle über den Untergang der Sowjetunion. Wladimir Putin schaut die Zuschauer*innen meist mit einem verzogenen, aggressiven Gesicht oder aus bedrohlichen Augen an. Ich bekomme also mit Hilfe von Thumbnails verdichtete Ausschnitte präsentiert, die meine Emotionen ansprechen sollen.

In einem Video-Thumbnail ist von „Putins



Abb. 7: Screenshot Titel & Thumbnail des Videos „Warum Europa RUSSISCHE MIGRANTEN aufnehmen sollte! (und zwar schnellstmöglich)?“ *YouTube*. 12. Juli 2022.

https://www.youtube.com/watch?v=_aG8DBp

Brain-Drain“ die Rede: hier geht es um die Abwanderung von Fachkräften aus Russland (Abb. 7). In diesem Thumbnail ist ein riesiges Gehirn zu erkennen; im Hintergrund hebt Putin – in meiner Wahrnehmung erbittert und wütend – den rechten Zeigefinger. Sein Gesicht ist zu einer despotischen Fratze verzogen. Sofort verspüre ich eine große Abneigung gegenüber Putin, der dem Gehirn – der Intelligenz – zu drohen scheint und ich hege im selben Atemzug große Sympathie für die Migrant*innen. Der Titel „Warum Europa RUSSISCHE MIGRANTEN aufnehmen sollte! (und zwar schnellstmöglich)“ erzeugt in mir sofort Interesse; zahlreiche Assoziationen tauchen spontan auf: Ja, natürlich sollten wir Menschen aufnehmen, die vor Putins Regime fliehen. Warum? Asylrecht und Fachkräftenwerbung! Welche weiteren Gründe kann es geben? Ich bin getriggert, denke über das Thema nach, bin im positiven Sinne angespannt. Was möchte ich jetzt? Antworten auf die Frage. Also klicke ich.

Der Titel „Bidens ÖL-BLOCKADE gegen RUSSLAND: Der definitive SCHLAG gegen PUTIN“ inszeniert den US-Präsidenten aktiv als handelnden Akteur gegen Putin. Schon der Titel erzeugt bei mir den Eindruck, als ob es allein diese beiden Personen wären, um die sich die internationale Politik dreht. Für mich als User eine einladende Reduktion des

unüberschaubaren und undurchdringbaren Weltgeschehens: Komplexe Interessenlagen und Handlungsstränge werden durch klar benannte Protagonisten eindeutig verortet. Intuitiv erscheint mir als Westeuropäer Biden als „Guter“, der im Kampf gegen Putin den „Bösen“ nun endlich entscheidend schlagen wird. Sofort entsteht in mir das Bild des Ringkampfes zweier mächtiger Männer. In mir regt sich auch eine gewisse Zufriedenheit, denn wenn ich mich auf dieses Narrativ einlasse, fühle ich mich selbst plötzlich durch diesen Biden bestärkt. Auch irgendwie „mein“ Sieg kann durch den Schlag dieses mächtigen Verbündeten nicht mehr fern sein. Das aktive Handeln dieses Helden im Kampf gegen den Feind vermittelt ein Gefühl von Sicherheit. Endlich wird etwas unternommen. Ich bin glücklich, Biden und die USA als Beschützer zu wissen. Und ich möchte wissen, worin Bidens Heldentat genau besteht. Also klicke ich.

Nicht nur Personen, sondern auch ganze Staaten werden als handelnde Akteure präsentiert durch Aussagen wie: China spielt ein „doppeltes Spiel“ mit der Ukraine und mit Russland oder „der Westen zerstört die russische Wirtschaft“. Diese schlagkräftigen und Aufmerksamkeit generierenden Titel vernachlässigen den komplexen Prozess von Sanktionsbeschlüssen. Ebenso wird mit solchen Aussagen der Eindruck erzeugt, dass es sich bei Begriffen wie ‚der Westen‘ um einen homogenen Block handeln würde. Eine solche Inszenierung von Akteuren, die sich polar gegenüberstehen, eröffnet leichtes Spiel für Generalisierungen. In den Videotiteln werden auch immer wieder spekulative Fragen hinsichtlich der Prognosen zur Entwicklung oder den Auswirkungen des Krieges gestellt. Dabei fällt vor allem beim folgenden Titel „Riskiert PUTIN den ATOMKRIEG?“ in Abb. 8 die emotionale Ebene auf, die dieses Video mit einer Atomrakete auf dem Video-Thumbnail adressiert.

Berichterstattung im Zeitalter des



Abb. 8: Screenshot Titel & Thumbnail des Videos „Riskiert PUTIN den ATOMKRIEG?“. YouTube. 12. Juli 2022.
https://www.youtube.com/watch?v=d6SrWio_Jx4

Actionfilms und der Vereinfachung

Als ich den Titel mit dem dazugehörigen Thumbnail sah, beobachtete ich, wie bei mir für einen kurzen Moment Angst aufblitzte. Diese Angst war gespeist aus der auch im Alltag unterschwellig vorhandenen Gefahr eines potenziellen Atomkrieges. Titel und Thumbnail wirkten als Trigger für diese Angst. Dann setzte jedoch das Gefühl von Neugier ein. Welche Hintergründe kann mir VisualPolitik DE wohl offenbaren, die ich noch nicht weiß? Ich will unbedingt eine Antwort auf diese Frage erhalten. Deshalb klicke ich auf das Video. Das Video beginnt mit den üblichen ersten drei Sekunden, in denen Aufnahmen gezeigt werden, die mich sofort aufmerken lassen und die mich mitreißen, involvieren: der Start einer Rakete, bei der ich aufgrund des Videotitels und des Thumbnails sofort an den Start einer Atomrakete denke. Dann folgt die Seitenaufnahme eines weiß gekleideten, kniend schießenden Soldaten in einer schneebedeckten Gegend. Die Quellenangabe im unteren linken Bildrand bemerke ich im ersten Moment gar nicht. Anscheinend stammen diese Aufnahmen vom „Ministry of Defence of the Russian Federation“. Dazu ein Geräusch, das wie startende Turbinen klingt. Der Moderator erscheint in einer Nahaufnahme, blickt mir direkt in die Augen und sagt: „Hand aufs Herz.“ Ein kurzer Cut, dann ist er wieder in einer halbnahen Aufnahme zu sehen. Auch dieses Mal fällt mir sein mit rosa Flamingos bedrucktes Hawaiihemd auf, was in mir große Sympathie erweckt. Gerade dieses Hawaiihemd entschärft für mich die angespannte Haltung, die in mir durch den Beginn des Videos aufgeworfen wurde. Der Moderator wird zum ungefährlichen, heiteren Gegenpol eines gefährlich erscheinenden Themas. Doch während ich noch halb unbewusst genau dies spüre, spricht der Moderator schon weiter: „Die grausame und abscheuliche Invasion Russlands in der Ukraine war für die meisten von uns, wie für die überwiegende Mehrheit der Analysten, Experten und Journalisten sowohl im Militärbereich als auch in der internationalen Politik eine ziemliche Überraschung“. Eigentlich eine pauschale, generalisierende Aussage, aber sofort ertappe ich mich dabei, ihm zuzustimmen und auf dieses Angebot einer Komplexitätsreduktion einzugehen. Schon vor dem Video

erhielt ich durch andere Medienberichte den Eindruck, dass bis zum Schluss wenige Menschen damit rechneten, dass die russische Regierung wirklich Ernst machen würde. Nun erscheinen Videoaufnahmen aus einem Helikopter, Militärkonvois, Aufnahmen von Kriegsfliegern und Artilleriegeschützen. Der Moderator erzählt weiter, dass die bisherigen Gewissheiten und die Weltordnung über „den Haufen geworfen“ wurden, dann erscheinen kurze actiongeladene Aufnahmen von schießenden Soldaten, unterlegt mit elektronischer, epischer Musik. Wie bereits im ersten in der Einleitung beschriebenen Video wird sich auch hier wieder ähnlicher Stilelemente bedient: ein Wechsel aus Beschreibungen mit musikgeladenen Actionstreifen.

Das Thema des Videos wurde bis zu diesem Punkt nicht einmal erwähnt. Aber das ist mir in diesem Moment auch egal. In diesem Moment ist mir nicht einmal mehr bewusst, warum ich auf das Video klickte. Denn ein Teil von mir ist gleichsam fasziniert und abgestoßen von den Waffensystemen und Militäraufnahmen, die dort präsentiert werden. In einer Tour fährt der Moderator fort: „Auch dem letzten Hinterwäldler wurde nun klar, dass Wladimir Putin ein gefährlicher Psychopath ist, dessen stärkste Waffe schon immer Unberechenbarkeit war.“ Hier werden Bilder vom Europaparlament in Straßburg mit Ursula von der Leyen, Emmanuel Macron und zwei weiteren Männern, die mir in diesem Moment nicht bekannt sind, eingeblendet und ganz kurz am Ende der Verteidigungsminister der Russischen Föderation, Sergei Schoigu, der durch ein Fernglas späht. Ich muss schmunzeln, als mir auffällt, dass kurz nach der Rede vom „letzten Hinterwäldler“ hochrangige Politiker*innen der Europäischen Union eingeblendet werden. Diese unbewusste Verknüpfung erzeugt in mir sofort den Eindruck von Inkompetenz der dortigen Politiker*innen. Die Wertung entsteht zeitgleich mit der Erzählung des Moderators. Die Aufnahmen legen mir nahe, an wen ich bei dem Wort ‚Hinterwäldler‘ denken könnte: europäische Politiker*innen. Es entsteht in mir die vage Vorstellung von jenen Politiker*innen, die Putin unterschätzten. Der Moderator läßt mich jedoch auch zur eigenen Überheblichkeit ein. Denn er selbst ist natürlich kein Hinterwäldler und auch ich sehe mich als Zuschauer des Videos nicht so. Dabei habe ich weder eine

Ahnung, welche Aufnahmen mir dort gezeigt werden, noch nehme ich mir im Alltag als Zuschauer beim Anschauen die Zeit, die beiden nicht bekannten Personen sowie die Hintergründe des Videos zu recherchieren – ja überhaupt die Schrift im Hintergrund zu lesen, die mich auf die Art der Veranstaltung hinweist. Dann hätte ich gewusst, dass mir hier Videoaufnahmen vom Special meeting of the European Council am 24. Februar 2022 gezeigt werden, auf dem sich zur Einheit und Solidarität mit der Ukraine bekannt wurde. Warum aber der russische Verteidigungsminister Schoigu am Ende dieser Sequenz eingeblendet wird, wenn der Moderator doch von der Unberechenbarkeit Putins spricht, bleibt mir schleierhaft.

Es ist auch bemerkenswert, dass es mir gefällt, wenn Putin einfach als unberechenbarer, gefährlicher Psychopath betitelt wird. Eine einfache Erklärung, ein einfaches Feindbild. Jetzt habe ich ein Label serviert bekommen, das meine Abneigung gegen diese Person verstärkt. Der Moderator wird mir gleich noch sympathischer, denn er spricht das aus, was ich nicht aussprechen würde. Eben das geschieht mit mir immer wieder, während ich das Video verfolge. Ich drifte Stück für Stück in eine Disposition, die Generalisierungen und vereinfachende Erklärungen ermöglicht. Denn die Narrative sind leidenschaftlich vorgetragen – in Bild und Ton. Der Moderator ist ebenso wie ich empört, er scheint einer von den Guten zu sein, mit ihm kann ich mich identifizieren, sein Pathos färbt auf mich ab. Das macht es auch einfach, übertriebene Aussagen vorerst unkritisch wahrzunehmen und mit der Zeit zu übernehmen – zum Beispiel diese: „der Wirtschaftskrieg – ich meine die ökonomische Spezialoperation zur Derussifizierung der Weltwirtschaft wird Russland in die Steinzeit zurückbefördern und in die absolute Abhängigkeit von China treiben“. Natürlich kann ich als junger Geschichtswissenschaftler eine solche Metapher nur in Frage stellen, der zufolge Russland alsbald seine Armee mit Faustkeilen in den Krieg ziehen lassen müsse. Der Moderator vermischt Ernst und Unterhaltung. Das spiegelt sich auch in den zahlreichen aufgeworfenen Fragen wider, die in diesem Video über die Möglichkeit eines Atomkrieges beantwortet werden sollen: „Zu welchen unberechenbaren und selbstzerstörerischen Taten ist Putin noch fä-

hig, ist er die Lösung des Fermi-Paradoxons? Lautet der Name des ‚großen Filters unserer Zivilisation‘ schlicht und einfach Putin der Letzte? Sind wir so jämmerlich, dass wir es noch nicht einmal schaffen eine Superintelligenz oder Nanobots zu erschaffen, welche die Menschheit auslöschen werden? Wie hoch ist das Risiko eines apokalyptischen Atomkrieges? Wie würde dieser ausgelöst? Was genau umfasst eigentlich die Doktrin der nuklearen Abschreckung und welche Rolle spielen sie in Moskaus Plänen? Welche Szenarien plant Russland für den Einsatz von Atomwaffen? Können sie jemals auf ukrainischen Schlachtfeldern eingesetzt werden?“ Als Zuschauer fühle ich mich von den Fragen sowohl erheitert als auch positiv gespannt auf die folgenden Antworten. Nach einem kleinen Geschichtsabriss über den Kalten Krieg und die nukleare Abrüstung vermittelt der Moderator scheinbare Einblicke in den Ablauf der inneren Struktur der Nuklearstreitkräfte Russlands. Er konstruiert verschiedene Szenarien, in denen Nuklearwaffen zum Einsatz kommen könnten und gibt eine Einschätzung über das Risikopotential.

Was wurde aus meiner anfänglich beschriebenen Angst durch den Titel und das Thumbnail des Videos? Meine latent vorliegenden Ängste wurden zu Beginn gezielt angesprochen und durch die Fragestellungen verstärkt. Als Zuschauer konfrontiert mich die abstrakte Bedrohung jetzt direkt durch das Medium. Durch den Klick auf das Video versprach ich mir endlich Sicherheit über meine Ängste. Der Klick auf das Video wird mir dadurch auch zur Seelsorge, er dient der Stressreduktion. Die Berichterstattung bietet Trost an. Denn nun erwarte ich Informationen, die für mich Putins Risikobewusstsein einschätzen. Vielleicht liefert dieses Video ja Fakten und Einschätzungen, die mich aufatmen lassen und mir die Ungewissheit abnehmen. Nach fast dreißig Minuten fühle ich mich auch mit genügend Informationen versorgt. Ich bin zufrieden. Dies scheinen auch andere Menschen zu teilen. So kommt es, dass zum Beispiel ein/e Zuschauer*in schreibt: „Eure sachlichen Videos haben mir persönlich die Angst davor genommen. Danke für die tolle Arbeit und weiter so“ (VisualPolitik DE, 13. März 2022). Und Nutzer*in Sa T. notiert: „Ich wollte das Video erst nicht anschauen, weil ich befürchtete, danach nur wieder in

Angstzustände zu verfallen. Zum Glück habe ich es doch getan – danke für die guten Informationen, die mich tatsächlich ein klein wenig beruhigt haben“ (ebd.). Der Kanal erhält einen hohen Zuspruch für seine produzierten Videos. Dies wird für mich immer wieder ersichtlich, wenn ich durch die Kommentare scrolle.

Wie ich feststelle, werden *YouTube*-Kanälen wie VisualPolitik DE von Nutzer*innen eine hohe Glaubwürdigkeit zugeschrieben. Diese vermitteln einen thematisch breitflächigen Einblick in gesellschaftlich relevante Themen wie den Ukraine-Krieg. Dieser Einblick ist visuell für ein breites Publikum ansprechend aufgearbeitet, was auf hohe Resonanz von *YouTube*-Nutzer*innen stößt. Musikalische Unterlegung und imposante Videoaufnahmen sorgen neben dem charismatischen Moderator für einen abwechslungsreichen, spannenden Informationserhalt. Dabei wird sich zwangsläufig Methoden der Vereinfachung, Verzerrung und Generalisierung bedient, um im Wettbewerb des *YouTube*-Algorithmus die Nutzer*innen zum Klick zu verleiten und nicht die Aufmerksamkeit der Zuschauer*innen zu verlieren.

Damit stellt sich auch für eine Plattform, die für ihre kurzweiligen Inhalte regelmäßige Kritik erntet, die Frage: Wie wird der Ukraine-Krieg auf der jüngsten Social-Media-Plattform präsentiert, auf der weltweit Millionen Menschen vor allem regelmäßig kurze Tanzvideos hochladen?

TikTok: Musik, Propaganda und Patriotismus

Das traurige, melancholische und von einem Kinderchor begleitete Lied „Another Love“ durchbricht mein unaufmerksames Durchscrollen der *TikToks*. Das Video zeigt mehrere Panzer mit ukrainischer Flagge und darauf sitzenden Menschen. Es ist unklar, was ich auf dieser Aufnahme eigentlich genau sehe. Zuerst denke ich, dass es sich um wartende ukrainische Panzer handelt. Dann lese ich jedoch einige Kommentare und es mehren sich die Anzeichen, dass es sich um zurückgelassene ukrainische Panzer handeln könnte, die von der russischen Armee besetzt wurden. Ebenso wird auch behauptet, dass die Ukrainer*innen russische Panzer unter

ihre Kontrolle gebracht hätten. Es ist absolut unklar, was dieses Video aussagt. Nur eines weiß ich: Mich berührt dieses Video zutiefst, ich fühle mich sprichwörtlich zerrissen und in einem hohen Maße emotional durch die Musik und das Video berührt. Traurigkeit, Wut, ein Gefühl von Ohnmacht. All diese Zustände durchlaufen meinen Geist, während ich gleichzeitig das Bedürfnis verspüre „etwas“ für die Ukrainer*innen tun zu wollen. Meine Ohnmacht verlangt eine Reaktion. Wie wäre es da mit einer Reaktion in Form eines Emojis oder Kommentars?

Die auf *TikTok* geteilten Videos unterscheiden sich von Videos auf Plattformen wie *YouTube* meist durch ihre spontane Entstehung, ihre zeitliche Kürze und dem im Mittelpunkt stehenden Einsatz von Musik. Des Weiteren dient die Kommentarfunktion maßgeblich der spontanen Reaktion in Form von Emojis oder Bewertungen des Gesehenen. Emotionen stehen dabei im Vordergrund. So beschreibt *TikTok* sich selbst folgendermaßen: „*TikTok* ist das Ziel Nummer eins für kurze Handyvideos. Unsere Mission besteht darin, Kreativität zu inspirieren und Freude zu bringen“ (*TikTok*, August 2022). Es erscheint mir absurd, sich unter so einem Statement die Darstellung von Kriegsgeschehnissen vorzustellen. Doch genau dies geschieht auf *TikTok*. Der Blick in die Kommentare von *TikTok*-Videos stellte für mich eine besonders interessante Beobachtung zum Umgang mit dem Krieg in der Ukraine dar. Denn hier wird deutlich, dass das bereits oben angesprochene Video als propagandistisches Kommunikat zu patriotischen Bekenntnissen von Kommentatoren führt.

Das fünfzehn Sekunden dauernde Video (Maik.gti, 2022) weist Anfang Mai 2022 über 33.700 Likes auf, wurde nicht weniger als 1.790-mal kommentiert und 1.283-mal weitergeleitet. Der Nutzer *maik.gti* verwendet die Hashtags #live, #ukraine, #military und teilt auf seinem Profil vorwiegend Videos über Automobile. Aufgrund der Unterschiedlichkeit in Qualität, Menge und Inhalt der Videos handelt es sich dabei wohl in den seltensten Fällen um seine eigenen Aufnahmen. Ob der Nutzer das Video selbst aufnahm oder nur Musik hinterlegte, muss unbeantwortet bleiben. Mit Beginn des Angriffskrieges Russlands auf die Ukraine am 24. Februar 2022 erhält das Lied „Another Love“ im digitalen

Medium *TikTok* neue Aufmerksamkeit für Kriegs- und Konflikt Darstellungen. Sucht man das Lied Anfang Mai 2022 auf *TikTok*, so erscheinen ungefähr 92.700 Verwendungen des Liedes in Videos. Viele dieser Videos behandeln thematische Alltäglichkeiten wie Liebesbeziehungen, Tiere, Sport, komödiantische Inhalte oder Zusammenschnitte von Filmen. Nun dient dasselbe Lied in etlichen weiteren *TikTok*-Videos der musikalischen Untermalung von dokumentierten Aufnahmen des Kriegsgeschehens durch Nutzer*innen in der Ukraine.

Soziale Medien wie *TikTok* ermöglichen es, dass propagandistische Inhalte mit hoher Reichweite innerhalb kurzer Zeit durch Zivilisten erstellt und verbreitet werden. Diese zeichnen sich im Falle von *TikTok* durch ihre zeitliche Kürze von wenigen Sekunden bis Minuten und Kurzlebigkeit in der Aneignung durch das Individuum aus. Die Inhalte werden gleichzeitig an eine unspezifische und spezifische Zielgruppe adressiert. Obwohl alle Nutzer*innen den potenziellen Zugang zu einem Video besitzen, werden nicht alle gleichsam vom Sender adressiert. Vielmehr ergibt sich die Zielgruppe aus der Bedeutungsebene des einzelnen Videos. Eine Spezifizierung wird durch das Teilen an Follower*innen und die Verwendung von Hashtags vorgenommen. Das Medium richtet sich durch seine Erreichbarkeit zwar an „alle“ doch zirkuliert es gleichzeitig meist innerhalb eines umgrenzten Netzwerkes aus menschlichen und algorithmischen Empfehlungen.

Patriotische Kommentare: Muskelspiel und Liebesschwüre

Innerhalb der Kommentare fällt mir die vielfältige Sprachnutzung und damit die Internationalität der Kommentatoren auf. *TikTok* erreicht durch den weitestgehenden Verzicht auf Sprache mit dem Medium der Videobotschaft ein räumlich und sprachlich höchst divergentes Publikum. Der Inhalt der Kommentare unter dem oben beschriebenen Video von den Panzern mit ukrainischer Flagge und darauf sitzenden Menschen lässt sich hauptsächlich in zwei emotionale Reaktionslager unterteilen: pro-ukrainische oder pro-russische Sympathiebekundungen.

Während *TikTok*-Nutzer*in *Michael Ruf* „Viva Ukraine 🇺🇦🇺🇦🇺🇦🇺🇦🇺🇦🇺🇦🇺🇦“

kommentiert, schreibt *user5386749267411* „vive la Russie 🤪🤪🤪🤪“.

Beide Kommentare ähneln sich sowohl vom Schreibstil als auch hinsichtlich des verwendeten Emojis eines angespannten Bizepses. Dabei stehen sie sich hinsichtlich ihrer Aussage als absolute patriotische Bekundungen feindlich gegenüber. In meiner Wahrnehmung referieren beide – wahrscheinlich männlichen – Kommentarschreiber durch die Verwendung dieser Emojis auf das Gefühl von Stärke. So erschreckend es ist, diese Kommentare wirken auf mich wie Sympathiebekundungen für Mannschaften bei einem Fußballspiel.

Oftmals finden sich auch religiöse Bezüge in den Kommentaren. So wünscht Nutzer*in *user8460512634305* „Ukraine be strong... god will bless 😊😊😊“ oder *user4390517283968* „God bless all Ukraine's,,, and may God keep you all safe 😞“. Diese Anrufung Gottes scheint ein rein pro-ukrainisches Phänomen zu sein. Die Herz-Smileys dienen hierbei besonders häufig der Veranschaulichung von Emotionen. *TikTok*-Nutzer*in *Sabinejosephs* schreibt „passt auf euch auf 😊😊“ und referiert hiermit auf die ukrainischen Soldat*innen innerhalb des dargestellten Videos. Dagegen kommentiert Nutzer*in *chandevide* „russlanddeutsche immer für russland 😊😊😊😊😊😊😊😊😊😊“. Über die Herz-Emojis werden Emotionen der Zuneigung symbolisiert. Auf mich wirkt der Kommentar von *chandevide* schockierend durch seine fast schon „naive Unschuldigkeit“ dieser patriotischen Bekundung. Sehe ich doch hinter den Herz-Smileys die Toten dieses Angriffskrieges, nicht zuletzt jene der Kriegsverbrechen in Butscha. Im Gegensatz zu mir nehmen die pro-russischen Kommentator*innen den Militarismus nicht als schockierend wahr, sondern bekennen sich voller Stolz dazu. Hier gibt es keine Anrufung Gottes, sondern es werden militärische Begriffe betont. Insbesondere der von Wladimir Putin auf Militärparaden geprägte Ausruf „Uraa“ taucht bei weiteren pro-russischen Sympathiebekundungen auf. Nutzer*in *Bayuputrasunda* ruft förmlich: „URAAAAA RUSIA BRAVO 😊😊😊😊😊😊“ und *Yana Tea* schreibt „rusia yes uraaaaaa“. Sie erzeugen damit einen kollektiven Begriff zur Identifikation und Bekräftigung der patriotischen Bekundung. Militärisches Gehabe in Verbind-

ung mit Herz-Smileys. Auf mich wirkt das abstoßend. Ich muss mir unweigerlich Menschen vorstellen, die sicher, wohlgenährt und aus weiter Distanz vor ihren Geräten sitzen, während sie im Internet surfen und pro-russische patriotische Bekenntnisse in die Tastaturen hämmern. In mir erzeugen diese Kommentare Gefühle der Wut auf die fehlende Reflexion dieser Kommentator*innen, auf deren für mich verdrehtes Weltbild, das Autoritarismus und Krieg unterstützt. Ich möchte diese Menschen gerne direkt mit dem Leid der Kriegstoten konfrontieren. Doch diese Gefühle sind wahrlich kein guter Ratgeber. Umso erstaunlicher, dass mich ein buntes Pixelspiel auf dem Bildschirm in derartige Gefühlszustände zu bringen vermag. Gleichzeitig solidarisiere ich mich geistig mit den pro-ukrainischen Kommentator*innen. Ich fühle mich diesen automatisch verbunden, da sie meine eigene Positionierung widerspiegeln.

So wie ich als Ausländer bekunden auch andere Ausländer*innen ihren Patriotismus mit der jeweiligen favorisierten Nation. Vor allem viele Indonesier*innen bekennen sich als pro-russische Unterstützer*innen. Nutzer*in *R Mas Rifai* äußert sich so: „love RUSIA and CHECHNYA 😊😊😊 from Indonesia Uraaaaaaaaaa 🙌🙌“ und *Satria Bahari* schreibt: „uuuuuurraaa love Rusia Chechnya Hurraaa from Indonesian“. Palästinenser*innen wie *arif* verkünden: „Rusia ❤️ palistina uraaaa 🤪🤪🤪🤪“. Dagegen schreibt *わたあめちゃん*: „ウクライナ頑張れ 🙌🙌❤️“, was so viel bedeutet wie „Haltet durch Ukraine“ Nutzer*in *user3442750923871* aus der Slowakei sieht nun die Ukrainer*innen als Nachbarn: „SK ❤️ UA 🙌 Stay strong my neighbors 🙌🙌🙌🙌🙌🙌“. Durch diese internationalen Solidarisierungen von Privatpersonen treten die in anderen Ländern verbreiteten politischen Einstellungen offensichtlich zutage.

Allein in einem *TikTok*-Feed spiegelt sich für mich eine bipolare Weltordnung mit spezifischen ideologischen Eigenarten wider. Transnational kennzeichnen Emojis wie Herzen und Hände sowie angespannte Bizepse die Glückwünsche und Loyalitätsbekundungen, die emotionalen, patriotischen und solidarischen Stellungnahmen innerhalb der Kommentare auf *TikTok*. Erstaunlicherweise findet kein offener Konflikt zwischen den

Kommentator*innen statt. Denn dies setzt einen Diskurs voraus. Doch nur sehr selten gibt es Antworten auf Kommentare. Viel eher wird durch Herzchen der Kommentar anderer Nutzer*innen anonym hoch geliked. In diesem *Like* besteht die Normierung. Einmal abgesetzt, ist der Post einer patriotischen Bekundung ein unreflektierter Teil des Kommentarfeeds.

Einblicke und Erfahrungen

Diese Ausführungen konnten zwar nur einen kleinen, sehr subjektiven Einblick in das auf den Social-Media-Kanälen *Instagram*, *YouTube* und *TikTok* präsentierte Bild des aktuellen Krieges in der Ukraine geben; gleichwohl ist uns beiden Autor*innen dabei bewusst geworden, in welchem hohen Ausmaß durch die Auswahl bestimmter Motive unser persönliches Bild von diesem Krieg und unsere Erinnerungen aktiv in die eine oder andere Richtung gelenkt werden. Wie also gestaltet sich die Darstellung von Krieg im Zeitalter der Sozialen Medien? Einerseits verfolgen Social-Media-Beiträge das Ziel, mit der Generierung von Aufmerksamkeit durch Bild-, Text-, Musik- und Video-Kompositionen sowie durch Emotionalisierung und Vereinfachung von Inhalten durchaus traditionelle Strategien der Kriegsberichterstattung. Andererseits treten nun vor allem auch „private“ Akteure an die Öffentlichkeit und transportieren Informationen, deren Auswahl durch individuelle Kriterien bestimmt worden ist. Bei-

träge, die sich an etablierten Mustern der Kriegsdarstellung orientieren, werden, wenn man den Postings der Kommentator*innen folgt, häufig als „authentisch“ wahrgenommen. Die Qualität der Quellen und Daten eines Kommunikats scheint hier weniger relevant, als eine gute beziehungsweise packende Narration in Verbindung mit einer anspruchsvollen visuellen Aufarbeitung der erzählten Inhalte und musikalischer Untermalung. Dabei spielt es sicher auch eine Rolle, dass die Kanäle von jeder Person ohne große Hindernisse betrieben werden können. Die Antagonismen des Krieges spiegeln sich zudem auch in den Kommentaren wider: Innerhalb der Kommentare bahnt sich eine ideelle Aufspaltung in die Einen und die Anderen an. Nicht nur in den Video-Produktionen, sondern auch in den zugehörigen Postings werden „Seiten“ konstruiert, für die sich die Nutzer*innen dann demonstrativ entscheiden und die mitunter durch Propaganda trüchtige Kommentare gefüttert und gestärkt werden.

Dieser kursorische „Rezeptionsbericht“ hat bei uns vor allem einen Eindruck hinterlassen: der Ukraine-Krieg wird in den Sozialen Medien von einer Weltöffentlichkeit für eine Weltöffentlichkeit vielfältig produziert, präsentiert und kommentiert. Dabei werden häufig Fiktion mit Realität vermischt, sodass es uns als Nutzer*innen beinahe unmöglich gemacht wird, reflexiv und bewusst die angebotenen Medieninhalte aufzunehmen.

Bibliographie

- Maik.gti, (2022). #live #ukraine #military UA [Video vom 1.03.2022]. *TikTok*. https://www.tiktok.com/@maik.gti/video/7070215355033062661?_r=1&_t=8QeiC7Y9109&social_sharing=v1
- Paul, G. (2006). *Visual History. Ein Studienbuch*. Vandenhoeck & Ruprecht.
- T3n (2022), *Russland blockiert Instagram*. 14.03.2022. <https://t3n.de/news/russland-blockiert-instagram-1458736/>
- TikTok (2022). About [vom 05. 08. 2022]. <https://www.tiktok.com/about?lang=de>
- Wilde, F. P. (2022). Interview: Україна мусить перемогти, заради усіх нас»: стиліст із Берліну про щоденну підтримку. *Fashion Week Daily*. 26.05.2022. <https://fw-daily.com/geroyam-slava-stilist-iz-berlinu-shho-aktivno-pidtrimue-ukrainu/>
- VisualPolitikDE (n.d.). *About* [YouTube channel] vom 30.06.2022. <https://www.youtube.com/c/VisualPolitikDE/about>
- VisualPolitikDE (2022). *Riskiert PUTIN den ATOMKRIEG?* [Video vom 13.03.2022]. https://www.youtube.com/watch?v=d6SrWio_Jx4

Abbildungsverzeichnis:

Abbildung 1: Ausschnitt der knapp 36 Millionen Beiträge mit dem #ukraine auf *Instagram*, Screenshot. 31. Juli 2022. <https://www.instagram.com/explore/tags/ukraine/>

Abbildung 2: Screenshot des *Instagram* Accounts von @frankpeterwilde. 31. Juli 2022. <https://www.instagram.com/frankpeterwilde/>

Abbildung 3: Screenshot des *Instagram* Accounts von @stephglinski. 31. Juli 2022. <https://www.instagram.com/p/CasTme5M6Wl/>

Abbildung 4: Screenshot des *Instagram* Accounts von @stephglinski. 31. Juli 2022. https://www.instagram.com/p/CbUfZTsM_eP/

Abbildung 5: Screenshot des *Instagram* Accounts @Ukraine.ua. 31. Juli 2022. <https://www.instagram.com/ukraine.ua/>

Abbildung 6: Screenshot der YouTube Startseite von Visualpolitik mit entsprechenden YouTube-Videos. 12. Juli 2022. <https://m.youtube.com/c/VisualPolitikDE>

Abbildung 7: Screenshot Titel & Thumbnail des Videos „Warum Europa RUSSISCHE MIGRANTEN aufnehmen sollte! (und zwar schnellstmöglich)?“ YouTube. 12. Juli 2022. https://www.youtube.com/watch?v=_aG8DBp

Abbildung 8: Screenshot Titel & Thumbnail des Videos „Riskiert PUTIN den ATOMKRIEG?“. YouTube. 12. Juli 2022. https://www.youtube.com/watch?v=d6SrWio_Jx4

VANESSA PRATTES

arbeitet als wissenschaftliche Mitarbeiterin am Lehrstuhl für Geschichte der Neuzeit von Frau Prof.in Silke Satjukow an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg und ist Teil des dortigen Arbeitskreises „Public History“. Zu ihren Forschungsschwerpunkten zählen die Geschichtsaneignung in den Medien, Visual und Public History, die Zeit des Nationalsozialismus sowie Antisemitismus. Ihren Bachelor absolvierte sie in historischen Kulturwissenschaften mit dem Schwerpunkt Kunstgeschichte an der Universität Passau und arbeitete anschließend als Praktikantin und freie Autorin für die Süddeutsche Zeitung, TAZ und zeitgeschichte-online. Ihr Masterstudium der Zeitgeschichte und Medien an der Universität Wien schloss sie mit einer Arbeit über die Moral im Nationalsozialismus ab.

TOM SABOROWSKI

ist Student der Geschichte und Ethik an der Martin-Luther-Universität Halle-Wittenberg. Als Hilfswissenschaftler der Professur Geschichte der Neuzeit unter Leitung von Frau Prof.in Silke Satjukow beschäftigt er sich unter anderem mit der gegenkulturellen Bewegung und der Entwicklung des Silicon Valleys in den USA seit den 1950ern sowie der Genese und Wirkungsweise digitaler Medien. Daneben interessiert er sich insbesondere für den epistemologischen Wert und die Integration achtsamkeitsbasierter Praktiken in schulische Strukturen. Sein Forschungsinteresse ist maßgeblich durch den Zen-Buddhismus inspiriert. Tom Saborowski ist als Koordinator für die studentische UniMIND Gruppe Halle-Leipzig der MIND-Foundation tätig.