

TEXT: FRANZISKA KNUPPER

Social media Intifida

Facebook & Co. spielen auch in Israels Medienlandschaft eine immer wichtigere Rolle – sie heizen den Konflikt mit den Palästinensern offenbar zunehmend an.

Erstaunlich, wie schnell eine Region, die sonst doch Lieblingsthema deutscher Leitmedien ist, in Vergessenheit geraten kann. Dieser kleine Zipfel umkämpftes Land namens Israel, eingezwängt zwischen zwei Meeren und einer Wüste, ist aus den Schlagzeilen verschwunden. Das Heilige Land musste Platz machen für ISIS und Syrien, für Flüchtlingskrise, Griechenland und Donald Trump. Die rund 600 Messerangriffe, die in den letzten zwei Monaten auf den Straßen Israels verübt wurden, sind den deutschen Redaktionen irgendwie durchgegangen. Für die Israelis wiederum scheinen Küchenmesser fürcht-einflößender zu sein als Bomben der Hamas, schwerer zu kontrollieren und unberechenbar.

Als „Dritte Intifada“ wird das wiederholte Aufbäumen der palästinensischen Bevölkerung in Israel bereits gehandelt, auch der Begriff „Social Media Intifada“ zirkuliert. Denn Facebook, Twitter und Co. spielen im Kampf der Aufständischen eine immer größere Rolle. Die liberale Tageszeitung „Ha'aretz“ aus Tel Aviv bezeichnete die Sozialen Medien sogar als „Werkzeug der Jungen und Unorganisierten“. Die meist zwischen 15 und 25 Jahre alten Palästinenser koordinieren sich per Facebook. Sie filmen sich bei ihren Angriffen und senden die Videos per Live-Stream ins Netz – offenbar ungesteuert. „Hinter der aktuellen Welle der Messerattacken lässt sich keinerlei Führung entdecken“, sagt Orit Perlov, Social Media Analyst des Instituts für National Security Studies (INSS).

Die Frage ist, welchen Zweck die Sozialen Medien in Israel genau erfüllen. Helfen Facebook und Twitter den jungen Palästinensern dabei, ihre Stimme zu erheben? Wird durch die neuen Publikationsmöglichkeiten gar eine Bewegung generiert wie im Arabischen Frühling? Oder geht es bloß um Populismus, Radikalisierung, Gewalt und Flagge-Zeigen?

Fakt ist, dass die israelische wie auch die internationale Öffentlichkeit kaum Notiz nimmt von den Zuständen in den Palästinensergebieten. Aus diesem Grund hat auch die israelische Menschenrechtsorganisation B'tselem bereits 2007 ein bemerkenswertes Projekt gestartet. Die NGO verteilt unter anderem im Westjordanland Kameras an palästinensische Bürger, damit diese ihren Alltag im besetzten Gebiet filmen können (www.btselem.org/video). „Wir erfassen quasi ein schwarzes Loch“, sagt der Leiter des Kameraprojekts, Yoav Gross. „Hebron ist beispielsweise etwas, über das in Israel nie gesprochen wird. Es ist eine sehr düstere Realität, der sich die meisten Menschen nicht bewusst sind.“ Gross' Vision ist, dass diese Amateur-Videos „eine Lücke füllen, die die israelischen Medien nicht erkennen“.

Der B'tselem-Aktivist ist überhaupt der Meinung, dass die so genannten „Citizen Journalists“, die besorgten Bürger mit Sendungsbewusstsein, die Aufgabe der Aufklärung übernommen hätten. In Zeiten des Chaos könnten die Amateurjournalisten Gross zufolge flexibler und spontaner reagieren und verfügten über Quellen, die professionellen Journalisten vielleicht verborgen blieben. Umstände, die sonst keine Aufmerksamkeit auf sich gezogen hätten, die versteckten Kriege und vergessenen Katastrophen, erhielten so eine Plattform.

Das ist umso wichtiger, als gerade in den politischen Wirren des Nahost gern vergessen, verteuelt, verdreht wird. Dass Premierminister Benjamin Netanjahu seit der Umstellung seines Kabinetts im Mai dieses Jahres auch Minister für Kommunikation ist, hat die Situation nicht gerade entschärft. Ein Rechtsruck ging durch die Gesellschaft. Mainstreammedien weichen zunehmend vor sensiblen Themen zurück – aus Angst, dass Leser ihrer

Publikation den Rücken zuwenden könnten.

Der liberale „Ha'aretz“ hat sich eine kuriose Strategie ausgedacht, um auf abweisende Leserreaktionen zu reagieren, wie Hillel Schenker, Gründer und Herausgeber der Fachzeitschrift „Palestine-Israel Journal“, erzählt: „Vor einem Jahr, als der Krieg begann und 90 Prozent der israelischen Juden ihn für gerechtfertigt hielten, kündigten einige Leser ihr Abonnement, weil sie fanden, dass ‚Ha'aretz‘ in Zeiten der Not nicht geschlossen und schützend hinter der Nation stehen würde.“ Die Zeitung hatte sich in regierungskritische Stellung gebracht während des siebenwöchigen Gaza-Krieges. Doch statt die Kündigungen der Abonnenten in jenen Kriegstagen einfach hinzunehmen, habe „Ha'aretz“ ihnen die Zeitung unverdrossen weiter zugestellt, erinnert sich Schenker, ob sie es nun wünschten oder nicht.

„Ha'aretz“ (an der auch das Kölner Verlags-haus M. DuMont Schauberg Anteile hält) und auch die anderen beiden großen Zeitungen „Yedioth Ahronoth“ und „Maariv“ bestimmten noch bis vor zehn Jahren unangefochten die israelische Presselandschaft. Das hat sich geändert, seit 2007 das Gratisblatt „Israel Hayom“ (zu Deutsch: Israel heute) auf den Markt drängte und sich in nur drei Jahren zur meistgelesenen Zeitung des Landes entwickelte. Politisch steht „Israel Hayom“ der konservativen Likud-Partei von Premier Netanjahu nahe. Man liest darin kaum ein kritisches Wort über den Regierungschef und dessen kompromisslose Ablehnung eines Siedlungsstopps oder einer Zweistaaten-Lösung.

Finanziert und herausgegeben wird das Massenblatt von dem rechtsgerichteten jüdisch-amerikanischen Casino-Unternehmer Sheldon Adelson. Für den Medienexperten Schenker ist der Milliardär Adelson „die größte Bedrohung für die Freiheit der israelischen Medien“. Und nicht nur für ihn. Im Herbst 2014 beriet sogar die Knesset über einen Gesetzentwurf, der die Verteilung von Gratiszeitungen, und damit von „Israel Hayom“, verbieten sollte. „Netanjahus Sprachrohr sollte verschwinden. Das konnte er nicht zulassen“, sagt Schenker. Er ist sich sicher, dass dieser Zeitungsdisput mit Auslöser war für die vorgezogenen Neuwahlen im Frühjahr 2015, die Netanjahu dann für sich entscheiden konnte.

Während also die israelische Presse mit sich selbst und den Einflüssen seitens der Politik



Jerusalem - die heilige Stadt der drei Weltreligionen und zugleich die Hauptstadt Israel: Hinter der Traumkulisse brodeln es. Auf den Straßen Israel wurden allein im Oktober und November über 600 Messerangriffe verübt.

beschäftigt ist, könnten die neuen Publikationsmöglichkeiten im Web 2.0 eine veritable Alternative für Aufklärung bieten.

Doch die Erfahrungen aus der „Social Media Intifada“ sind ernüchternd. Im Netz wird gefälscht und gemogelt. Die BBC analysierte zum Beispiel Bilder, die während des letzten Gaza-Kriegs im Jahr 2014 unter dem Hashtag #GazaUnderAttack gepostet und geteilt wurden, und sie kam zu dem Ergebnis: Ein Großteil der Bilder stammte gar nicht aus Gaza und auch nicht aus dem Jahr, sondern wurde in vorhergegangenen Kriegen in der Region oder in Syrien und dem Irak aufgenommen. Wie schnell Fälschungen als vermeintliche Fakten verbreitet werden

können, hat auch der Journalist Erez Rotem erkannt – und machte sich mit einer Verifizierungsagentur selbstständig. Rotems Opus Media überprüft Bilder, Videos, Posts und Profile auf ihre Echtheit und liefert dann das Material an Medienhäuser in ganz Israel, vergleichbar mit der global agierenden Agentur Storyful. „Wenn ein junger Palästinenser eine Aufnahme davon macht, wie ein israelischer Soldat eine palästinensische Frau schlägt, Gott bewahre, dann kann er sich an uns wenden, und wir werden es in mächtigere Nachrichten verwandeln“, erklärt Rotem sein Konzept. Fakten- und Quellenüberprüfung, das zeigt sich auch in Israel, ist eben unerlässlich.

Linktipps

Israelische Menschenrechtsorganisation Btselem

www.btselem.org/

Opus Media: <http://tinyurl.com/opusmedia>

BBC-Analyse Blogs Trending:

<http://tinyurl.com/bbc-trending-Gaza>

FRANZISKA KNUPPER

ist freie Journalistin, Autorin und Übersetzerin pendelt zwischen Berlin und Tel Aviv

franziskaknupper@gmail.com



anzeige drehseibe 1/3