

# Die manipulative Kraft von «Pallywood»

Palästinensische Instant-Filmer und die Hamas nutzen das Leid der Bevölkerung für Propaganda

MIRNA FUNK

Mr. Fafo schiebt einen Patienten in ein MRT. Mr. Fafo hält ein kleines Mädchen im Arm. Mr. Fafo trägt einen Presseshelm. Mr. Fafo schreit am 7. Oktober begeistert ob der Befreiung Palästinas in die Kamera. Mr. Fafo weint Tage später ob der fehlenden Befreiung Palästinas in die Kamera. Schliesslich kam es bald zum israelischen Gegenschlag, den jeder mit einem gesunden Menschenverstand hätte vorhersagen können.

Nicht so Mr. Fafo. Es gibt wohl kaum einen Bewohner Gazas, der bekannter ist für seine vielzähligen Berufe und emotionalen Zustände als Saleh Aljafarawi. Sein Spitzname basiert auf zwei Kürzeln: FA und FO. Übersetzt heisst das: fuck around and find out. Er hat 4,5 Millionen Instagram-Follower. Das ist etwa ein Drittel der gesamten jüdischen Weltbevölkerung.

## «Los, erschießt ihn»

Sein erstes hochgeladenes Foto stammt vom 7. August 2022. Dort sieht man Aljafarawi, wie er die palästinensische Flagge in der Hand hält und ein Selfie von sich macht. Bilder sagen mehr als tausend Worte. Das haben palästinensische Terrororganisationen schon vor langer Zeit verstanden. Seit rund zwanzig Jahren existiert deshalb auch der Schmähebegriff «Pallywood». Ein Kofferwort, das aus den beiden Begriffen «Hollywood» und «Palestine» zusammengesetzt ist. Es erscheint zum ersten Mal 2002 im Internet und erreicht ab 2005 grössere Verbreitung durch eine 18-minütige Dokumentation des amerikanischen Historikers und jüdischen Aktivisten Richard Landes. In dieser Dokumentation sieht man, was «Pallywood» in der Realität bedeutet: für die internationale Presse inszeniertes Bildmaterial, in propagandistischer Absicht produziert.

Dafür braucht es eine Handvoll israelischer Soldaten, mindestens einen verwundeten Palästinenser, einen Krankenwagen, der blitzschnell zur Stelle ist, und andere Palästinenser, die den Verwundeten schnell, aber liebevoll auf eine Bahre schleppen. «Schaut hin», so lautet die implizite Botschaft, «hier geschieht Unrecht. Hier kämpft David gegen Goliath und erliegt.» Es gibt aber auch die andere Erzählung, nämlich wie David mutig genug ist, gegen Goliath aufzubegehren. Das sind oft Aufnahmen mit Kindern. Sie attackieren israelische Panzer mit Steinen oder fuchteln mit einer palästinensischen Flagge vor einem israelischen Soldaten



Verletzte Kinder im Shifa-Spital in Gaza nach einem Angriff Israels (23. Oktober 2023).

BELAL KHALED / ANADOLU / GETTY

herum. Eines der bekanntesten Videos zeigt einen Vater mit seinem Sohn. Er schickt den kleinen Jungen vor, während jemand filmt. Eine Gruppe israelischer Soldaten steht herum, und der Vater ruft: «Los, erschießt ihn. Erschießt ihn! Lasst sie den Jungen erschiessen.» Aber keiner schießt. Der israelische Soldat gibt dem Knaben ein High Five, im Hebräischen heisst das «Kif».

Es gibt Tausende solcher Videos. Manche sind bloss Inszenierungen, die es als Wahrheit in die Presse geschafft haben. Andere sind echt, sie zeigen echtes Leid, Verzweiflung und echte Tote. Das Ziel ist aber immer das gleiche: Es geht darum, zu manipulieren. Emotionen im Zuschauer auszulösen und damit eine Geschichte zu erzählen. Mit jedem blutüberströmten Kind kassieren die Terrororganisationen Geld. Leid als Einnahmequelle, besser als Drogenhandel und Waffenschmuggel. Die Leidtragenden sind die Unschuldigen, die Zivilisten, jene, die einfach nur in Ruhe leben wollen, ohne Terror und Krieg.

Wenn aber die Bilder Geld bringen, gibt es keinen Grund, aufzuhören mit

dem Terror. Und mit dem Krieg. Auch auf Mr. Fafos alias Aljafarawis Instagram-Account sieht man Szenen weinender oder blutender Menschen. Diese sind immer umringt von der «Presse». Das sind Personen, die eine blaue Presseweste tragen und ein Handy in der Hand halten. «Presse» bedeutet oft nur, zum richtigen Zeitpunkt am richtigen Ort zu sein und dann die Videos oder Fotos für ordentlich viel Geld an Nachrichtenagenturen zu verkaufen.

## Jeder Klick zählt

Denn «Pallywood» bedeutet nicht nur inszenierte Fotos und Videos. «Pallywood» ist das strategische Geschichtenerzählen mit Fotos und Videos. Geclappt hat das besonders gut am 7. Oktober. Die Hamas überschwemmte das Internet mit Go-Pro-Aufnahmen ihres Massakers. Menschen auf der ganzen Welt teilten die Bilder und Videos, in denen zu sehen war, wie unschuldige Zivilisten entführt, ermordet und hingerichtet wurden. «By all means necessary» – Befreiung mit allen Mitteln soll

das heissen, und es gilt als Leitspruch der propalästinensischen Gruppierungen im Westen.

Eines dieser Bilder gewann sogar einen Preis, es wurde zum Foto des Jahres gekürt vom prestigeträchtigen Reynolds-Institut. Zu sehen ist die tote Israelin Shani Louk. Ihr Körper liegt, entstellt und nackt, auf einer Ladefläche eines Transporters. Sie ist umringt von bewaffneten Männern. Wer das dazugehörige Video kennt, weiss, dass die palästinensischen Männer Shani nicht nur jubelnd durch die Strassen von Gaza fahren, sondern auch ihren Körper bespucken. Der Urheber des Fotos heisst Ali Mahmud. Er begleitete die Hamas an jenem schwarzen Schabbat für die Agentur AP – und lieferte ein Bild, das vor allem Jüdinnen nicht so schnell vergessen werden. Denn sie wissen, dass das auch ihr Körper sein könnte. Und das war gewollt.

Während seit Monaten jüdische, aber auch israelische Nachrichten-Outlets mit Absicht die Veröffentlichung solcher Bilder vermeiden, um den Körper und den Menschen zum Körper zu schützen, kennen palästinensische Vi-

deo-Creators keine moralischen Grenzen. Jeder Klick zählt. Die Massen sind süchtig nach dem Leid. Bekannte Instagram-Grössen aus Gaza wie Motaz Azaiza, Wizard Bisan oder Plestia Alaqaq liefern beinahe im Minutentakt Bildmaterial, das als Beweis für den «Genozid» Israels in Gaza verkauft wird. Was davon inszeniert ist und was wahr, weiss kaum jemand mehr.

## Flucht nach Katar

Wichtig zu verstehen ist aber, dass es nicht mehr nur darum geht, mithilfe von organisierten Filmsets inszeniertes Videomaterial zu erstellen. Man kann längst auf reale Menschen und reale Ereignisse zurückgreifen. Unschuldige Zivilisten dienen als Darsteller. Man muss nur einen Krieg anzetteln, und schon gibt es genug Material. Denn die Hamas hat ihr Massaker nicht nur strategisch inszeniert, indem sie das Morden, Entführen und Abschlagen filmte und live ins Internet stellte. Sie plante strategisch, was im Anschluss an das Massaker folgen würde. Nämlich Bombardements und eine Bodenoffensive in Gaza. Ergo mehr Bilder und Videos. Diesmal mit einer anderen Erzählung.

Inwieweit die Hamas die «Journalisten» und «Content-Creators» bezahlt oder sogar aktiv als Mitarbeiter angestellt hat, weiss kaum jemand. Gerüchte gibt es selbstverständlich. Am 23. Januar verliess einer der reichweitenstärksten «Journalisten», Motaz Azaiza, den Gazastreifen – und landete wenige Stunden später gut behütet in Katar, wo auch die Führungsriege der Hamas lebt. Angeblich musste er sich einer dringenden Operation unterziehen. Hinaus kommt man nur über die ägyptische Grenze, indem man die Grenzer mit sehr viel Geld besticht. Oder wenn man genug politischen Einfluss geniesst.

Vielleicht waren es bei Azaiza gleich mehrere Aspekte, die ihm dabei halfen. Wissen werden wir dies erst in vielen Jahren. Fakt ist: Seit seiner Ausreise sitzt er als Interviewgast beim Hamas-Sprachrohr al-Jazeera, spricht an Universitäten, besucht Rashida Tlaib im amerikanischen Kongress oder wird zur «Time»-Gala eingeladen, weil er zu einem der hundert einflussreichsten Menschen 2024 gewählt wurde. Seine Arbeit bringt der Hamas im Westen derzeit mehr.

Von solchen Privilegien kann Mr. Fafo nur träumen. Er juckelt weiterhin als rasender Alleskönner durch Gaza und filmt sich dabei. Auch eine Terrororganisation hat Hierarchien.

# Die Erfolge der Nazis stiessen anfänglich auf Wohlwollen

Roger Blum arbeitet die wechselvolle Geschichte der «Basellandschaftlichen Zeitung» auf

KARL LÜÖND

Wohl keine andere Ecke der Eidgenossenschaft war zwischen dem Ende des Ancien Régime und der Gründung des Bundesstaats von 1848 politisch bewegter und heftiger umkämpft als Basel. Die Landschaftler galten als aufsässig. Es ging um ihre demokratischen Rechte, aber auch um Gebietsansprüche. 1833 kam es zum Bürgerkrieg. Rund siebzig Kämpfer fielen, die grosse Mehrheit Stadtbasler.

Nach dieser Schlacht verfügte die Tagsatzung die Trennung von Stadt und Landschaft. Baselland zählte damals zwar nur knapp 50 000 Einwohner. Jetzt musste sich der neue Stand behelfsmässig mit allem ausrüsten, was ein geordnetes Gemeinwesen brauchte: Schulen, Spitäler, Waisenhäuser, Verwaltung... Die als raubeinig bekannten Landschaftler, von den Städtern verächtlich als «Rammel» bezeichnet, wollten anfänglich wohl auch die öffentliche Meinung unter ihre Kontrolle bringen und kauften eine Druckmaschine aus einem Nachlass in Zofingen. Die beiden Drucker nahmen sie gleich mit, aber das Experiment einer Staatsdruckerei mit offizieller Zei-

tung endete, bevor es richtig begonnen hatte. 1833 erschien «Der unerschrockene Rauracher», die erste Basellandschaftliche Zeitung, im Verlag von Banga und Honegger. Honegger war einer der beiden eingewanderten Drucker, Benedikt Banga wurde später Regierungsrat.

## Überraschender Verkauf

Der Eigenwille der Baselbieter drückte sich auch in der Anzahl und in den Namen der Zeitungen aus, die in rascher Folge, oft nach Streitigkeiten, gegründet wurden: «Der freie Baselbieter», das «Basellandschaftliche Volksblatt», «Der Rechts- und Wahrheitsfreund aus Basellandschaft». Sie bildeten die grossen politischen Tendenzen ab: den kämpferischen Freisinn, die Konservativen, dazu die regionalen Schattierungen. Die Blätter beschimpften einander munter und liefen wirtschaftlich alle auf dem Zahnfleisch, zumal es wegen der kleinen Zahl der Lesekundigen keine grossen Auflagen gab.

Nach weiteren Gründungen lancierte der liberal gesinnte Lehrer Matthias Lüdin die Zeitung, die seither den Luft- raum über dem Baselbiet beherrscht:

«Der Bundesfreund aus Baselland», ab 1854 «Basellandschaftliche Zeitung» («BZ») genannt. 1898 wagte sie den Schritt zur Tageszeitung. Fünf Generationen lang führten Männer aus der Familie Lüdin die Zeitung, die zu einem typischen Vertreter der Schweizer Presse in der Nachkriegszeit wurde: regional eng ver- und gebunden, zugleich mit dem Anspruch, alle wichtigen Ressorts zu spielen: Ausland, Inland, Kanton, Lokales/Regionales, Sport. Die hohen Fixkosten waren tragbar, solange sie in der ab den frühen 1950er Jahren einsetzenden Hochkonjunktur von der Werbung gedeckt waren – und das von der Publicitas diskret verwaltete Kartell sozusagen die Bank spielte. Dann ging die «BZ» den gleich Weg wie manche andere mittelgrosse Schweizer Tageszeitung («Thurgauer Zeitung», «Thuner Tagblatt» usw.): Sie flüchtete vor dem digitalen Sturm unter das Dach einer der grossen verbleibenden Schweizer Zeitungsgruppen.

Bis 2007 hielt man in der seit der Jahrtausendwende ausgebrochenen Pressekrise durch, dann wurde der Zeitungsbetrieb überraschend an die von Peter Wanner gegründete Zeitungs-

gruppe (heute CH Media) verkauft, nicht an die damals noch selbständige «Basler Zeitung» («BaZ»). Er sei nicht bereit gewesen, «einen strategischen Preis» zu bezahlen», sagte der damalige «BaZ»-Verleger Matthias Hagemann. Die Grössenordnung soll zwischen 15 und 18 Millionen Franken gelegen haben. Den Lüdins war der Handel nicht nur wegen des hohen Preises recht; sie hofften dem Schicksal zu entgehen, in der grossen «Basler Zeitung» aufgelöst zu werden wie der Zucker im Tee.

## Politische Linie korrigiert

Es hat in den letzten Jahren mehrere Dutzend Monografien über gewesene und noch bestehende Zeitungen gegeben. Aber was Roger Blum als Geschichte der «Basellandschaftlichen Zeitung» vorlegt, ragt aus der Masse hervor. Der Autor ist wie geschaffen für das Thema: aufgewachsen im Baselland, Historiker, langjähriger Redaktor in Luzern und Zürich, von 1989 bis 2010 Professor für Kommunikations- und Medienwissenschaft an der Universität Bern. Blum zeigt, wie die kleine Zeitung aus

Liestal wesentliche Themen behandelt hat, etwa die Aushandlung der direkten Demokratie oder den Aufstieg der Nazis.

Die Zeitung im Grenzgebiet hatte anfänglich, wie viele andere, Sympathien zum «Dritten Reich». Dies, weil sie den Linken entgegentrat, die man noch vom Landesstreik 1918 her fürchtete. Am Anfang veröffentlichte die Redaktion viele Respektbezeugungen für die Erfolge der Nazis. Starken Widerstand leistete der Meinungsführer in der Redaktion, Ernst Boerlin, der 1943 Nationalrat wurde und die Judenverfolgungen scharf kritisierte. So verfolgte die Zeitung nach anfänglicher Verirrung eine differenziert-antifaschistische Linie.

Später kamen der Kalte Krieg, die deutsche Wiedervereinigungsfrage und die Ökologie. Roger Blum zeigt auch, wie viel Wissens- und Meinungsvielfalt durch das Verschwinden der kleinen, als provinziell belächelten Blätter im Laufe der «Konsolidierung» in den letzten zwanzig Jahren verlorengegangen ist.

Roger Blum: Das Blatt der Patrioten. Geschichte der «Basellandschaftlichen Zeitung». Verlag Baselland, 440 S., Fr. 39.–.