

„Unter Druck: Qualitätssicherung im Sportjournalismus“, Dortmund, 15./16. Februar 2008

Session: Die Propagandamaschine: Wie Sport, Wirtschaft und Politik Journalismus behindern und Sportjournalisten instrumentalisieren

Vortrag von **Grit Hartmann**, Leipzig, freie Journalistin:

Die Inszenierung von Medienwirklichkeit

Propaganda – das Wort hat einen hässlichen Klang. Schon weil es zwei deutsche Staaten gab, die sich freimütig zu ihrer Inanspruchnahme bekannten: Der erste nannte sein Ministerium das „für Volksaufklärung und Propaganda“; im zweiten galt Propaganda per Definition als eine der „Funktionen des sozialistischen Journalismus“. Seither wissen wir, wie Propaganda als Transmissionsriemen eines politischen Willens wirkt und auch, dass sie in zwei Spielarten existiert: als Mobilisierungs- und als Stabilisierungspropaganda.

Demokratische Gesellschaften, heißt es üblicherweise, brauchen keine Propaganda, sie würde auch gar nicht wirken, weil die Verfassungen Meinungsfreiheit garantieren, weil erst pluraler Austausch Willensbildung ermöglicht. Historiker haben schon Roosevelts Politik des New Deal anders eingeordnet, sie haben in der Propaganda eine Parallele zum Nationalsozialismus ausgemacht. Für jüngere Ereignisse wie den Irak-Krieg gilt, was immer gilt, wenn das hässliche Wort heute doch einmal auftaucht: Dass der Gegner, der politische zumeist, irrational argumentiert, also Propaganda betreibt, die eigene Darstellung hingegen rational und vernünftig sei, also Information.

Die politischen Akteure und die Funktionäre des Sports nutzen die zweite Spielart, die Stabilisierungspropaganda – und sie werden das, wie ich glaube, in zunehmendem Maße tun. Denn der Schöpfungsakt jeder Propaganda liegt im unbequemen Erlebnis der Realität. Es geht darum, eine Krise zu überspielen, ihren Kern zu verstellen. So verstanden ist Propaganda die laute Seite der Konspiration. Sie liefert und inszeniert ein Bild, das nicht abbildet, sondern an Stelle der Wirklichkeit treten soll. Sie will eine zweite Welt schaffen, die das Verhalten in der ersten lenken und sogar dominieren kann. Da ihr Adressat die Öffentlichkeit ist, braucht sie uns, die Medien.

Sie wissen, welche Krise Sportfunktionäre und Politiker nicht abwenden, dafür aber überspielen – die einen, weil sie weiter in die Gunst von Steuer- und Sponsorenmillionen kommen wollen, die anderen, weil sie profitieren wollen vom nationalen Gemeinschaftsraum, den der Sport noch herstellen kann. Im Sprachgebrauch des Sports ist die Rede von einem Übel, von Machenschaften, von kriminellen Netzwerken und Betrug, von einer Seuche, die aber nur einzelne schwarze Schafe ergreift und so weiter: Doping also. Dabei ist klar, dass Doping auch für etwas Kategorialeres steht: Es ist Ausdruck der Kultur der Expansion, eines Fortschritts, der vom Geist der grenzenlosen Machbarkeit ergriffen ist, auch des Menschen selbst. Der Amerikaner Joel Garreau spricht von einer radikalen Evolution zum genetisch designten Körper. Im Sport zeigt dieser Geist seine Risiken in einer Ausformung, die kaum jemandem erstrebenswert scheint, vielmehr wird sie als bedrohlich begriffen, auch von Athleten selbst. Der Radprofi Jörg Jaksche nannte es asozial, sich die Spritzen in den Arm drücken zu müssen. In der Geständnisflut des Jahres 2007 ist sichtbar geworden, was es vor allem bedeutet, wenn schon das Mithalten Doping erfordert: Ohnmacht. In einem solchen Sport lotet nicht mehr der selbstbestimmte, der mündige Athlet seine natürlichen Grenzen aus. Doping, als Systemzwang verstanden, meint einen Akt der Unterwerfung unter einen Fortschritt, den der Mensch in Gang gesetzt hat und der nun seinen Eigensinn entfaltet. Doping ist ein Ernstfall der Entkoppelung von technologischem und emanzipatorischem Fortschritt, ein Ernstfall der Entmündigung und Entfremdung. Wer will schon die menschlichen Maschinen? Oder wenigstens: Wer will sie im Sport?

Ein paar gibt es, die diesen denaturierten Spitzensport als Vorbild verkaufen wollen. Zuerst, damit er die Geldmaschine bleibt, die er ist. An dieser Stelle kommt Propaganda ins Spiel. Sie hat es im Sport leichter als anderswo, denn sie muss keine zweite Welt erfinden, um die Realität zu verblenden, sie kann sich auf eine Welt berufen, die vergangen ist, aber gleichwohl existiert, in Gestalt der Bilder vom Spitzensport. Symbole sind die wichtigste Währungseinheit jeder Propaganda, und der Sport selbst ist Symbol: für Gesundheit, für Fairplay und Anstand, für Leistungsstreben. Nur mit diesen Werten kann Spitzensport leben, denn er lebt ja von der Übersprungsreaktion: Athleten sind, in ihren Siegen und Niederlagen, Ersatzfreunde oder gar Ersatz-Ichs.

Im Spitzensport, nicht im Sport, sind diese Werte weitgehend obsolet. Sie sind aber Legitimation für seine Förderung aus Steuergeldern, und die Projektionsfläche, die er mit ihnen bietet, ist seine einzige Geschäftsgrundlage. Propaganda nutzt also Elemente einer vergangenen, einer besseren Realität, die irgendwann einmal nicht vor allem Bild gewesen sein muss. Auch wir bewegen uns in diesem Gravitationsfeld zwischen Ergriffensein-Wollen und Begreifen-Müssen, in einer Welt, die eine Mischung ist aus Vorgestern und Heute oder, begreift man Doping als Menetekel einer entfesselten Moderne, zwischen Vorgestern und Morgen.

Ob und wie sich Politik, Sportverbände und – das Fragezeichen vorab – Wirtschaft, drei Interessenten am Spitzensport, der Propaganda bedienen, werde ich versuchen zu zeigen, und vor allem, wie Journalisten darauf hereinfließen. Ich spreche über Qualitätsmedien, und ich beschränke mich weitgehend auf deutsche Zustände.

In der Politik hat Propaganda auch historisch betrachtet nie als Trichtersystem funktioniert, das von oben her der Masse, heute: den Bürgern, bestimmte Ansichten einimpft. Es verhält sich umgekehrt: Zunächst gilt es zu erkunden, was die Bürger denken. Die Stimmungssonden dabei sind die Medien. Wir transportieren auch die Realität eines pervertierten Sports, im besten Fall zeigen wir sie zuerst, in Form der Enthüllung, und wir übermitteln zunehmende Skepsis gegenüber diesem Sport – und damit politischen Handlungsbedarf.

2006 war ein wichtiges Jahr: Einerseits bot die Fußball-Weltmeisterschaft alles, was Politiker sich wünschen – Sport als Regenerationsmittel für nationales Einheitsgefühl in einer globalisierten Welt, dessen Glanz irgendwie auf sie abstrahlen sollte. Nur konnte nicht einmal die WM das eigentliche Sportereignis des Jahres absorbieren: Mit dem spanischen Dopingarzt Fuentes flog eine ganze Sportart als kriminell auf, und ein deutscher Nationalheld, Jan Ullrich. So nahm eine zehn Jahre alte Debatte Fahrt auf – die um das, in der Politikersprache: Antidopinggesetz. Schon das war eine Verfälschung der Tatsachen, die Journalisten mitvollzogen haben. Denn es ging nie um anderes als im Wesentlichen um ein geändertes Arzneimittelgesetz. Im Rückblick ist ein kollektives journalistisches Versagen zu konstatieren. Wirksam und über Monate konnte politische Propaganda die Strafbarkeit des Besitzes einer nicht geringen Menge von Dopingsubstanzen als bedeutenden Fortschritt verkaufen.

„Unter Druck: Qualitätssicherung im Sportjournalismus“, Dortmund, 15./16. Februar 2008

Dieses Versagen hatte seinen Boden auch in den Volten des Bundesinnenministers Wolfgang Schäuble, der zwischenzeitlich mit dem DOSB jegliche Besitzstrafbarkeit ablehnte, und darin, dass der DOSB die Gesetzesänderung als eigenen Sieg interpretierte. Aber es bleibt ein Versagen. Bewertungen aus dem Januar 2007: „Der Staatsanwalt geht an den Start“ / „Waterloo für Bach“ / „Durchbruch im Antidopingkampf“.

„Ungemütlich für die Doper in diesem Land“ werde es nun, sagte Dagmar Freitag, SPD-Sportpolitikerin. Der Sportausschuss-Vorsitzende Peter Danckert, bekanntlich Jurist, suggerierte, in jedem Dopingfall müsse nun der Staatsanwalt ermitteln, weil nur so feststellbar sei, welche Mengen ein Athlet besitze. Ein klassischer Fall politischer Propaganda – sie kommt als demokratischer Akt der guten Tat daher. Diesen Tenor transportierten die Medien einhellig. Das Korrektiv, das politische Propaganda dämpft, die Opposition, in diesem Fall aus der Grünen-Fraktion, kam nur in einem Blatt ausführlich mit Kritik zu Wort.

Es brauchte vier Monate, bis die ersten Kommentatoren begriffen, warum diese Gesetzesänderung keinen Staatsanwalt zum Vorgehen gegen Athleten und also auch nicht gegen Netzwerke im Hintergrund verpflichtet, warum aus einer positiven Probe kein Anfangsverdacht für den Besitz großer Mengen von Dopingmitteln abzuleiten ist – einfach, weil sie am Betrugssystem vorbeigeht, in dem Athleten eher selten Dealer sind. DOSB-Generaldirektor Michael Vesper hatte allen Grund, diese Novellierung, als sie Ende September den Bundesrat passierte, als „Meilenstein im gemeinsamen Kampf von Sport und Staat gegen Doping“ zu loben. Sie änderte nichts an der Autonomie des Sports, die ins Desaster geführt hat: Der Athlet als zentrale Figur des Dopingsystems bleibt der Sportgerichtsbarkeit überlassen. Erst Ende November war nachzulesen, welchen Spielraum der Besitz „nicht geringer Mengen“ Sportlern bietet: zum Beispiel Anabolika-Mengen, größer als jene, die bei Doktor Fuentes beschlagnahmt wurden.

Zur Propaganda gehört der gut gesetzte Fanfarenstoß. Peter Danckert beherrscht diese Fähigkeit. Die Zählung von Interviews und Artikeln, in denen er 2007 zitiert wurde als hartnäckigster aller Dopingbekämpfer in der Politik, ergab allein für überregionale Blätter 114 Treffer. Im Mai 2007 punktete Danckert mit der Idee vom

„Unter Druck: Qualitätssicherung im Sportjournalismus“, Dortmund, 15./16. Februar 2008

Olympiaausschluss des Radsports, mit der Forderung an die Telekom, ihr Sponsoring zu beenden. Selbstverständlich müsse auch der Bundestag die Sportförderung kürzen, wenn ein Verband im Antidopingkampf nicht zu „Sanktionen schärfster Art“ greife. Der Ausgang ist bekannt: Die Förderung wurde aufgestockt, die für den Bund Deutscher Radfahrer nicht reduziert. Im Sportausschuss stieß ein entsprechender Antrag der Grünen auf helle Empörung auch der SPD. Geflissentlich überhört werden im politischen Berlin sogar die wenigen Anregungen aus dem Sport, dort zumeist Einzelmeinung, etwa jene, fünf Prozent der staatlichen Förderung in die Dopingbekämpfung zu investieren.

Das Medienbild des Dopingbekämpfers Danckert schrumpelt wie missratener Hefeteig, wird es an der Realität gemessen, und sie ist messbar: Unter Federführung der Sportpolitiker aus CDU und SPD sind seit Antritt der Großen Koalition zwei Anträge entstanden. Einer zum anstehenden Präventionsgesetz mit dem Titel: „Sport und Bewegung in Deutschland umfassend fördern – Bewusstsein für gesunde Lebensweise stärken“. Der zweite war der Änderungsantrag zum BMI-Gesetzentwurf zur „Dopingbekämpfung“. Parlamentarische Initiativen? Fehlanzeige.

Das Beispiel zeigt: Propaganda kann, aber muss nicht Lüge sein – ihr Gegenteil ist also nicht unbedingt die Wahrheit, es ist aber Wahrhaftigkeit.

Ein letzter Punkt aus der Politik: Im Juni 2007 drohte Minister Schäuble im Bundestag damit, bei Dopingverstößen Fördergelder zu kürzen. „Schäuble setzt Sportverbände unter Druck“ lauteten die Schlagzeilen dafür. So übertönt Propaganda – hier eine Geste, die Entschlossenheit und Bewegung suggeriert, die auf Erwartung setzt, auf unsere – die Realität. Denn der Bundeshaushalt 2008 stand fest, drei Wochen später wurde er vom Kabinett mit zwölf Millionen Plus für den Spitzensport verabschiedet. Selbst dann fand nur eine Zeitung kritische Worte für die Show des Ministers.

Die deutsche Sportpolitik also erweckt gern den Anschein von Veränderung, aber sie zielt auf Systemerhalt. Für sie gilt, was der Sportausschuss-Vorsitzende anderswo ansiedelte: „Der organisierte Sport will es nicht wirklich, er redet nur davon.“ Wir hören zu oft nur zu, statt genau hinzusehen.

„Unter Druck: Qualitätssicherung im Sportjournalismus“, Dortmund, 15./16. Februar 2008

Dem Deutschen Olympischen Sportbund muss man schon deshalb zuhören, weil er den Sport als Monopol vertritt. Mit der Verschmelzung von DOSB und NOK verschwand auch ein Gegenpol, der zu Auseinandersetzung zwingen könnte. Die Politik als Kontrollinstanz ist eine Ausfallerscheinung. Für Monopole aber gilt generell: Je unstrittiger ihre Domäne, desto weniger sind sie auf Zustimmung angewiesen, desto mehr geben sie sich mit propagandistischem Schein zufrieden. Sie produzieren ihre Legitimität durch Inszenierung und Selbstinszenierung.

Bald nach Gründung des DOSB nahm die Öffentlichkeitsarbeit des Sports eine neue Quantität an und eine andere Qualität. Unter Öffentlichkeitsarbeit fiel wohl schon die Installierung des Generaldirektors Michael Vesper, vertraut mit Politik und Medien, das Gesicht einer Organisation, die für ihren Präsidenten Thomas Bach neben der Bezeichnung „Jurist“ nur sportliche Meriten aufzählt und sportpolitische Ämter bis zum IOC-Vize, nicht aber seine Verflechtung mit diversen Unternehmen.

Diese Doppelspitze leistet sich eine umfangreiche PR-Arbeit, die eine Flut von Pressemitteilungen produziert, 62 im letzten Jahr, von geringem Neuigkeitswert, das ist nicht ungewöhnlich, aber doch mit einer auffälligen Besonderheit schon im Vokabular: Sie ist sichtbar auf Homogenisierung aus. Wenn es kritisch zu werden droht, wie beim Bericht der BMI-Task-Force zur Dopingbekämpfung, war der DOSB immer schon vorher da, hier blieb es bei dem, „was wir bereits in unserem Zehn-Punkte-Aktionsplan gesagt haben“. Meist aber wird etwas unterstützt oder begrüßt oder intensiviert, es herrscht jedenfalls Einmütigkeit. Dissens wird als eine Art Ungezogenheit abgebügelt: „Mit Unverständnis hat der DOSB Erklärungen aus den Reihen des Deutschen Leichtathletik-Verbandes zur Kenntnis genommen, in denen über eine Nichtteilnahme an den Olympischen Jugendspielen spekuliert wird. ... Die Spiele abzulehnen, bevor deren Inhalte bekannt sind, ist sicher nicht der richtige Weg.“

Hingegen erlebt der DOSB-Präsident Beifall, wo er wandelt, und er wandelt viel, zuletzt bevorzugt unter Spitzenpolitikern. Bach erläutert, dem Außenminister, er informiert, die Regierungschefin, er berichtet, dem Bundespräsidenten, er verleiht, einen Sonderpreis an den Finanzminister oder eine Trophy an die Kanzlerin.

Bemerkenswert ist, dass Athleten so gut wie nicht vorkommen – wie sie als eigenständige Akteure im DOSB nicht vorkommen.

In diesen „Pressemitteilungen“ lebt die Vorherrschaft der Codes über die Mitteilung. Sie stellen keine Öffentlichkeit her, die Meinungs-austausch ermöglicht, sie sind Öffentlichkeitssurrogat und Inszenierung, und sie spiegeln ein Repräsentativsystem. Viel deutet darauf hin, dass diese Konformisierung dem großen Sprung des einen dienen soll, dem von Thomas Bach an die IOC-Spitze.

Was sie außerdem verdecken soll, ist gesagt. In keinem einzigen aller Dopingskandale hat der DOSB zur Aufklärung beigetragen. Er beschränkt sich auf Schlagworte. Deren wichtigstes: „Nulltoleranz-Politik“, das eigentlich „Nullsubstanz-Politik“ heißen müsste. „Nulltoleranz“ wird unermüdlich wiederholt, so soll der Topos Eingang finden ins Bewusstsein. Das funktioniert sogar. Beispielsweise, wenn in einem Beitrag über DDR-Dopingexperten, die bis heute von ihrem Wissen profitieren, der DOSB-Generaldirektor seine enorme Verblüffung und Empörung äußern darf darüber, dass solche Leute an Universitäten mit Sportlern arbeiten. Er kennt genug solche Leute in seinem eigenen Verantwortungsbereich. Ein Fall von Propagandaproduktion, mit der eine hochwertige Recherche sich selbst beschädigt hat. Aber so funktioniert das System: Es vertraut auf Naivität und, in anderen Fällen, auf die Bereitschaft zur Kumpanei.

Propaganda vertraut auf noch etwas – auf Vergessen. Denn sie ist auch die Kunst, Anfänge zu suggerieren, wo keine sind.

Heike Drechsler war bei ihren ersten Weltmeistertiteln und bei Rekorden, die noch immer stehen, nachweislich gedopt. Wenn überhaupt, dann wider Willen, sagt sie bis heute. Im vereinten Deutschland wurde sie Olympiasiegerin und strafrechtlich verurteilte Prozessbetrügerin. Inzwischen ist sie Mitglied der IAAF-Frauenkommission, im Dezember hat sie der Deutsche Sparkassen- und Giroverband als „Vorbild“ geehrt. Die Laudatio lobte eine Sportlerin, die sich „in besonderer Weise als Identifikationsfigur für junge Sportler hervorgetan“ habe. Weiter: „Bis zu ihrem Karriere-Ende gehörte Heike Drechsler in den Disziplinen Sprint und Weitsprung mehr als 25 Jahre konstant zur Weltspitze und begeisterte

das Publikum mit ihren Leistungen. In dieser Zeit errang sie zwei olympische Goldmedaillen, vier Weltmeistertitel, zehn Europameistertitel und 16 Weltbestleistungen.“ Das ist ein Lob für die Virilisierungsleistungen auch der DDR, und es sagt alles über die Heuchelei, wie sie in scheinbar dümmster Propaganda sichtbar wird. Berichtet worden ist dann auch wie über eine jener Frechheiten, die vor allem Spott verdient haben. Das war sicher Aufklärung, aber nicht Abklärung der Verhältnisse. Denn die Frage nach den Interessen fehlte. Sie nicht zu stellen, heißt den Anderen mit seiner Propaganda verwechseln, ihn also für so dumm zu halten wie seine Propaganda es ist. Das trifft selten zu.

Keine Spekulation ist die Annahme, dass die Ehrung dem Präsidenten der IAAF, Lamine Diack, einem bekennenden Verehrer von Drechsler, gefallen hat – und keine Spekulation ist, dass Diack eine Stimme zu vergeben hat bei der Wahl des nächsten IOC-Chefs. Thomas Bach, der neuerdings dafür plädiert, für Rekorde keine Prämien mehr zu zahlen, war dabei, als das IAAF-Council unter Diack den 100.000-Dollar-Bonus für Weltrekorde in Osaka beschloss. Widerspruch ist nicht überliefert. War er auch Anreger dieser Auszeichnung? Die Laudatio jedenfalls kam aus der DOSB-Zentrale.

Möglicherweise also verbergen sich gerade in unverschämtester Propaganda die besten Geschichten, denn wer blamiert sich schon derart ohne Not.

Wirtschaft. Die Vereinnahmung des Spitzensports durch Unternehmen ist meiner Ansicht nach eher Marketing als Propaganda. Sportler sollen Markensympathie erzeugen, das geschieht mit den Suggestionmethoden der Werbung, die immer Fiktionalisierung ist; jeder weiß das. Journalisten betreiben Propaganda, wenn sie Marketing mit Realität verwechseln: etwa den Laureus, Marketing dreier Konzerne, mit einem Sport-Oscar, oder Schalke-Sponsor Gazprom mit einem altruistischen Botschafter Russlands.

Sport als Milliardengeschäft zu lesen, ist dennoch unentbehrlich, aktuell in Bezug auf die Olympischen Spiele in Peking. Dort prangt unübersehbar die Werbung des Sponsors adidas. Sie setzt auf das Prinzip Masse, die Plakate zeigen eine riesige Menschenmenge, über die ein Fußballer dribbelt, in die ein Wasserspringer

eintauchen wird, eine Masse also, aus der sich ein Sportler als Einzelner herausheben, aber ebenso gut von ihr verschlungen werden kann. Kritische Chinesen assoziieren Maos Lektionen zur Volksmasse, vielleicht abstoßend, aber Wirtschaft darf das. Wir haben akzeptiert, dass in ihrem Rahmen etwas eher nicht gilt: Moral. Moral existiert ja nicht einfach, sie gilt – sie basiert auf einer Übereinkunft. Eine solche ist die Olympische Charta. Sie verpflichtet im zweiten Absatz den olympischen Sport auf die Wahrung der Menschenwürde, damit errichtet sie ein Tabu, denn sie weiß, wie das deutsche Grundgesetz, dass diese Würde antastbar ist. Diese Formel stellt also eine Verpflichtung dar.

Nicht für Peking, weder im IOC noch im DOSB. Der DOSB hat vor einem Dreivierteljahr ein Menschenrechtspapier mit konkreten Forderungen verabschiedet – Amnestie für politische Gefangene, Entschädigung der für Olympiabauten enteigneten Pekinger, Medienfreiheit und anderes mehr. Thomas Bach besaß die Chuzpe, dieses Papier noch Ende Januar der Kanzlerin zu präsentieren, obwohl ihm nichts gefolgt ist. Der DOSB-Präsident versicherte stattdessen den chinesischen Sportminister seiner „Sympathie für Verbesserungen der Menschenrechtslage“. Bachs Äußerungen bei der Peking-Anhörung des Bundestages avancierten in der englischen Ausgabe von „People’s Daily“, Zentralorgan der kommunistischen Partei, sogar zur Überschrift: „Olympics: a bridge to narrow the gap.“ Egal, ob Garantien eingehalten werden, die das IOC vom Gastgeber verlangte und zugesagt bekam. Warum ist das so unerheblich? Bisher sind die Interessen der Wirtschaft an diesen Spielen eine Nicht-Tatsache der Berichterstattung. Siemens beispielsweise, beim Schweizer Ableger hat Bach ein Ehrenamt, brachten sie bis Ende 2007 Aufträge über 1,1 Milliarden Euro.

Sportfunktionäre haben ihre Meinung allerdings nicht exklusiv. Herta Däubler-Gmelin, Vorsitzende im Menschenrechtsausschuss des Bundestages, forderte Verständnis für „unsere chinesischen Freunde“ und sogar, passender Weise im DOSB-Pressedienst, mehr über angebliche Verbesserungen in China zu berichten. Zuletzt haben China-Korrespondenten die vorolympische Wirklichkeit in Peking ungeschönt beschrieben. Doch das Agieren deutscher Funktionäre und Volksvertreter wird zumeist linear abgebildet – Bach sagte dies, Däubler-Gmelin das –; Journalisten sind, so nennt man das dann für gewöhnlich: objektiv. Tatsächlich aber verstellen sie

„Unter Druck: Qualitätssicherung im Sportjournalismus“, Dortmund, 15./16. Februar 2008

Realität mit denen, die als Komplizen einer Diktatur auftreten und deren Propaganda übernehmen. Peking wird für die Spiele inzwischen ganz offen „gesäubert“. Kritiker, Petenten, Bettler, Drogenabhängige verschwinden in Lagern und Gefängnissen, die Zensur für chinesische Medien ist verschärft worden. Selbst chinesische Bürgerrechtler wollen keinen Boykott, aber sie wollen auch nicht mehr Unterdrückung in Namen Olympias, und sie erwarten von demokratischen Gesellschaften Wahrnehmung dessen, was tatsächlich geschieht. Der Co-Architekt des Stadions, Ai WeiWei, hierzulande von der letzten documenta bekannt, hat in seinem Blog das Motto „One world, one dream“ auf den realen Gehalt reduziert: „Welche Welt? Keine Demokratie, keine Menschenrechte, keine Gerechtigkeit, keine Gleichheit, nur Täuschung und Betrug. Welcher Traum? Mehr korrupte Funktionäre, mehr faule Deals, fortgesetzte Lügen und fragwürdiger Reichtum.“

Das IOC ordnet sich ein in diese Aufzählung. Nur Propaganda verstellt den Charakter dieses Gremiums, das seine Charta nicht zum ersten Mal preisgibt: Es handelt sich um ein privates Wirtschaftsunternehmen, um eine spezielle Familie, auch darin der Kommunistischen Partei Chinas ähnlich. Leider hat es eine der schönsten Sachen der Welt usurpiert und will sie als Milliardenbusiness erhalten: den Sport.

Stabilisierungspropaganda kommt in vielen Varianten daher, aber sie kennt nur zwei Ziele: Zustimmung über ihre Verfallszeit zu retten und Unterlassungen zu verbergen. Im Sport sieht es danach aus, als ob sich dieses Spiel der Täuschung bis auf weiteres nicht durch Realität verderben lässt. Was also hilft gegen Propaganda? Erstens: das Errichten von Misstrauensschwellen. Zweitens: Wissen um die Wirklichkeit, die einzige verlässliche Instanz, die konkret und faktisch ist, einschließlich der Neugier auf ihre Feinstruktur und auf Interessenlagen. Wenn man sie nicht kennt: Recherche.