

FORSCHUNGSARBEIT

MEINUNGSMANIPULATIONSSSTRATEGIEN IN FRIEDEN UND KRIEG

Forschungsprojekt „Feindschaft“

Teil-Seminar „Evidenzen - Kriegs-Eintritts-Bilder“

bei Prof. Dr. Joseph Vogl und Dr. Ute Holl

Bauhaus-Universität Weimar
Fakultät Medien
Medienkultur

Jens Wernicke
2. Semester

Inhalt

1. EINLEITUNG	1
2. MENSCHLICHE WIRKLICHKEIT.....	5
2.1. Das allgemeine Propaganda-Modell	9
3. MANIPULIERTE WIRKLICHKEIT	10
3.1. Wirksamkeitsanalyse von Propaganda.....	10
3.2. Vorhandensein von Propaganda.....	11
3.3. Methoden der Propaganda.....	11
3.4. Medien der Propaganda	13
4. PROPAGANDA UND DEMOKRATIE	15
4.1. Das macht-demokratische Propagandamodell.....	17
4.2. Die USA und das Soziale	18
4.3. Die USA und die Wahl	19
4.4. Die USA und der Krieg im Irak	20
4.5. Deutschland und sein Friedensbewusstsein	20
4.6. Die Auslagerung staatlicher PR	21
4.7. Die Macht und das Marketing.....	21
5. PROPAGANDA UND MEDIEN	23
5.1. Das macht-mediale Propagandamodell.....	23
5.2. Die Abhängigkeit von Besitz	24
5.3. Die Abhängigkeit von Werbung	25
5.4. Die Abhängigkeit von Informationen.....	25
5.5. Die Abhängigkeit von Disziplinierung	26
5.6. Die Propaganda-Abhängigkeiten im Krieg.....	28
6. PROPAGANDA UND KRIEG	30
6.1. Der Irak-Krieg	30
6.2. Der Jugoslawien-Krieg	31
6.3. Der Informationskrieg	33
7. SCHLUSSBETRACHTUNGEN	38
8. LITERATURVERZEICHNIS.....	43
8.1. Bücher.....	43
8.2. Sonstige Quellen	43
8.3. Weiterführendes Material	45
9. ANHANG	46
9.1. Eine Propagandaanalyse des Golfkrieges	46
9.2. Eine Rhetorikanalyse jüngerer Zeit	49
9.3. Ein Modell für die Propagandaanalyse von Bildmaterial.....	52
9.4. Eine Propagandaanalyse jüngerer Zeit.....	58

Vorwort

"Die westlichen Führer sind intensiv damit beschäftigt, die Geschichte umzuschreiben, um das Desaster der Bombardierung des Balkans zu rechtfertigen. Der Wandel in der Informationspolitik, in der Rhetorik und in den Begründungen [...] lähmt buchstäblich die Sinne. [...] Eine Möglichkeit, das Versagen als Erfolg darzustellen, ist die Konstruktion einer mächtigen Medienrealität und die Dekonstruktion der realen Realität. Das ist die Essenz des Medienkrieges, und das ist, was gerade geschieht."

Es ist die unverblümete Absicht dieser Arbeit, nicht nur theoretisch und informierend, sondern auch unterhaltend und einer erlebbaren Wirklichkeit so nahe als nur möglich zu sein. Sie versucht durch Vermittlung eines Querschnittes des Themas „Wirklichkeitskonstruktion“ unmittelbar an der Entstehung und Ausbildung von Wirklichkeitsauffassungen Interesse zu wecken und so auch beteiligt zu sein. Bewusst versucht sie, *nicht* als unkritisierbares Theorem einer Detailanalyse zu erscheinen.

Dem streng-wissenschaftlichen Leser mag diese Form der Darstellung teils unwissenschaftlich erscheinen. Er sollte sich jedoch vor Augen halten, dass es zwei grundlegend verschiedene Formen wissenschaftlicher Erklärungen gibt, derer sich die vorliegende Arbeit bewusst in einer „Mischform“ bedient, um so die Vermittlung von Verständnis – vor jener bloßen Wissens – in den Vordergrund zu stellen.

Die eine beginnt mit der Formulierung einer Theorie und führt dann den Nachweis ihrer Gültigkeit für das Verständnis von Erfahrungstatsachen². Die andere Methode besteht im Vorlegen einer großen Anzahl von Beispielen aus verschiedensten Gebieten und versucht, auf diese praktische Weise aufzuzeigen, welche Struktur diesen gemeinsam ist und welche Schlussfolgerungen sich hieraus ziehen lassen.

Bei den beiden Methoden fällt dem Gebrauch von Beispielen also sehr verschiedene Bedeutung zu. In der ersten müssen Beispiele Beweiskraft haben. In der zweiten ist ihre Rolle die von Analogien, Metaphern und Veranschaulichungen – sie sollen beschreiben, in leichter, verständliche Sprache übersetzen, doch nicht notwendigerweise auch *beweisen*. Dieses Vorgehen erlaubt daher den Gebrauch von Exemplifikationen, die nicht im strengen Sinne des Wortes wissenschaftlich zu sein brauchen; wie etwa die Verwendung von Zitaten aus Dichtung und Romanen, von Anekdoten und Witzen und schließlich sogar den Gebrauch rein imaginärer Denkmodelle – ein Vorgehen, das Maxwell mit der Postulierung seines Dämons schon vor vielen Jahren respektabel gemacht hat.

¹ Jan Oberg: "Covering up NATO's Balkan Bombing Blunder (Serbo-Croatian version)", Pressemitteilung Nr. 61 des Friedensforschungsinstituts *Transnational Foundation for Peace and Future Research* (TFF) in Lund/Schweden vom 14.4.1999; im Internet unter <http://www.transnational.org/pressinf/pf61serb.html>, Stand: 30.11.2002

² Ein ausgezeichnetes Beispiel für diese Form der Darstellung artverwandter Thematik ist Peter L. Bergers und Tomas Luckmanns Buch »*Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit*« (S. Fischer Verlag, 1970); mit den Worten der Autoren »eine systematische, theoretische Abhandlung zur Wissenssoziologie«.

1. Einleitung

*"Den Krieg als ethnischen Konflikt zu erklären, ist gleichbedeutend mit der Erklärung eines vorsätzlich gelegten Brandes durch die Entzündbarkeit des verwendeten Materials, statt nach demjenigen zu suchen, der das Streichholz drangehalten hat."*³

In den letzten 2 Jahren sind in einigen linken Periodika wie der Konkret oder den Blättern für deutsche und internationale Politik, aber auch in der Tagespresse Neuigkeiten über die Eskalation des Krieges im Kosovo erschienen, die die damalige Politik der internationalen Gemeinschaft und der Bundesregierung in einem gänzlich anderen Licht erscheinen lassen. So wurden beispielsweise Informationen zum tatsächlich nicht vorhandenen Völkermord und dem wahrscheinlich gestellten Massaker in Racak durch Außenminister Fischer zurückgehalten⁴ und waren die unannehmbaren Forderungen⁵ der westlichen Alliierten an die Jugoslawische Delegation im Annex B des Vertrages von Rambouillet⁶ in der Abstimmung über die Beteiligung der Bundeswehr an Luftschlägen der NATO am 25.02.1999 nicht einmal den Bundestagsabgeordneten bekannt⁷. Obwohl die OSZE-Mission im Kosovo auf der Basis des Halebrouk/Milosevic-Abkommens vom 13.10.1998 zeitweise einen Rückzug der jugoslawischen Sicherheitskräfte in die Kasernen erreicht hatte, wurde dieses Unternehmen von den einzelnen Mitgliedsstaaten der OSZE dermaßen vernachlässigt, dass das von Milosevic zugesagte Kontingent von 2.000 Beobachtern für den Kosovo nie ausgefüllt werden konnte.⁸

Einige dieser "Neuigkeiten" sind jedoch auch bereits vor und während des Krieges zugänglich gewesen.⁹ Die Sichtweise der Bundesregierung, sie habe

³ Paolo Rumiz: Masken für ein Massaker, München 2000, Seite 35

⁴ Jürgen Elsässer: Tödliche Lügen. Spitzenleistung: Im Krieg gegen Jugoslawien war die Bundesregierung an der Propagandafront international federführend, In: Konkret, Heft 05 Mai 2000; im Internet unter <http://www.konkret-verlage.de/redaktion/artikel/a2Jg.php4?para=1019>, Stand: 30.11.2002 sowie Roland Heine: Europäer drängen Chef der Kosovo-Mission zum Rücktritt. OSZE-Vertreter: Kein serbisches Massaker in Racak, Berliner Zeitung vom 13.03.1999; im Internet unter <http://www.berlinonline.de/wissen/berliner-zeitung/.bin/dump.fcgi/1999/0313/politik/0070/index.html>, Stand: 30.11.2002

⁵ Andreas Zumach: Weitreichende Bestimmungen im Annex des Kosovo-Abkommens, taz vom 6.4.1999; im Internet unter <http://www.friedenskooperative.de/themen/inter-54.htm>, Stand: 30.11.2002

⁶ Noam Chomsky: Zur Logik des militärischen Humanismus, Blätter für deutsche und internationale Politik, Heft 4/2000, Seite 423

⁷ Thomas Deichmann: Wie in Deutschland Demokratie sabotiert wird. Kriegstreiberei in Rambouillet und der Pakt zwischen Politik und Medien, In: Novo, Heft 41 vom Juli/August 1999; im Internet unter <http://www.novo-magazin.de/41/novo4114.htm>, Stand: 30.11.2002

⁸ Heinz Loquai: Die OSZE-Mission im Kosovo, eine ungenutzte Friedenschance?, Blätter für deutsche und internationale Politik, Heft 9/99, Seite 1118

⁹ So brachte der taz-Redakteur Andreas Zumach die "Rambouillet-Lüge" schon am 13. April 1999 und berichtete die Berliner Zeitung (Fußnote 4) 10 Tage vor Kriegsbeginn, OSZE-intern gehe man beim "Massaker" von Racak längst von einer "Inszenierung durch die albanische Seite" aus.

"nun wirklich alles versucht, um Belgrad eine Brücke zu bauen",¹⁰ wie Außenminister Fischer zwei Tage nach Kriegsbeginn im Bundestag verkündete, kann – nur leider viel zu spät - mit entsprechenden Tatsachen belegt inzwischen plausibel widerlegt werden.¹¹

Es ist müßig, zu spekulieren, was passiert wäre, wenn die oben genannten Tatsachen und ernst zu nehmenden Vermutungen wenigstens innerhalb der Friedensbewegung oder in Kreisen einer eventuell kritischen Öffentlichkeit bekannt gewesen wären. Sicher ist jedoch, dass bei einigen entscheidenden Ereignissen der Eskalation des Kosovokonfliktes die in der Öffentlichkeit wahrgenommene Realität massiv von Ergebnissen späterer Untersuchungen derselben Ereignisse abweicht. Es sollte sich also gerade nach diesem Krieg die Frage nach den möglichen Mechanismen, die solch eine Realitätslücke in der Kriegsberichterstattung bewirken und bewirken können, stellen.

Während die Diskussion über die Rolle der Medien im Kosovokrieg erst begonnen hat, gibt es, was die vorherigen Kriege in Ex-Jugoslawien und 1991 im Irak betrifft, inzwischen eine Fülle an Medienanalysen und selbstkritischen Beleuchtungen von Auslandskorrespondenten über ihre Rolle als Kriegsberichtersteller - und sind hierbei ähnliche Methoden der Medien-Instrumentalisierung wie im Kosovokrieg zu erkennen: Massaker wurden inszeniert, Untersuchungsberichte nicht veröffentlicht und Verdachtsmomente etwa zu Kriegsverbrechen wurden mit Vermutungen und einer Feindbild-Schablone anstatt mit einer genauen Untersuchung belegt.

Die vorliegende Forschungsarbeit bedient sich bei ihrer Suche nach möglichen Ursprüngen solcher und anderer „Realitätslücken“, hierunter versteht sie die Differenz zwischen Wahrnehmung und Wirklichkeit, in den entsprechenden Kapiteln daher vornehmlich Beispielen aus den Kriegen in Ex-Jugoslawien und im Irak (1991).

Vom Zentrum Individuum aus folgt sie Schritt für Schritt der menschlichen Wahrnehmung nach und versucht, zur Manipulation derselben instrumentalisierbare Mechanismen und Anfälligkeiten offen zu legen.

Oder, um es in der semiotischen Betrachtungsweise Charles Sanders Peirces¹² auszudrücken: Diese Forschungsarbeit untersucht die dreistellige Rela-

¹⁰ Plenarprotokoll 14/31 der 31. Sitzung des Bundestages vom Freitag, den 26.03.1999, Seite 2584; im Internet unter <http://dip.bundestag.de/btp/14/14031.pdf>, Stand: 30.11.2002

¹¹ Matthias Küntzel: Der Weg in den Krieg. Deutschland, die Nato und das Kosovo, Berlin, 2000

¹² Charles Sanders Peirce (1839-1914), amerikanischer Philosoph und Physiker, wurde am 10. September 1839 in Cambridge (Massachusetts) geboren. Er lehrte unter anderem in Boston und Cambridge Logik und Philosophie. 1877 war er der erste amerikanische Vertreter beim Internationalen Geodätenkongress für Vermessungskunde. 1861 begann Peirce eine Experimentenserie mit Pendeln. Außerdem erforschte er die Lichtwellen. 1867 beschäftigte er sich mit dem von George Boole erstellten System mathematischer Logik und arbeitete bis 1885 daran, die Boolesche Algebra zu erweitern und zu verbessern. Peirce wurde vor allem durch die von ihm begründete philosophische Theorie des Pragmatismus be-

tion zwischen einem Gegenstand [Mittel], einem Zweiten [Objekt(bezug)] und einer Verknüpfung mit einem Dritten [Interpretation].¹³ Ein **Ereignis**, dessen **Vermittlung** und **Rezeption** sowie die hieraus resultierende Wertung durch und **Bedeutung** für den Menschen also. Wobei sie jedem Teil dieser Relation Manipulierbarkeit unterstellt.

Kapitel 1 (Menschliche Wahrnehmung) betrachtet den Menschen und seine Wahrnehmung der Welt - als auch das Selbstverständnis von Manipulierbarkeit, das diesem „Dualen System“ von Anfang an immanent ist.

Kapitel 2 (Menschliche Manipulation) fasst instrumentalisierbare Mechanismen zur Manipulation der menschlichen Wahrnehmung unter dem Begriff der „Propaganda“ zusammen - und klärt über (einige) Formen und Medien derselben auf.

Kapitel 3 (Propaganda und Demokratie) behandelt die Demokratie als auch die Selbstverständlichkeit von Wahrnehmungs- also Meinungsmanipulation in ihr.

Kapitel 4 (Propaganda und Medien) schließt hieran an und beleuchtet die Rolle der Medien in einem Regierungssystem, in dem die öffentliche Meinung das Handeln des Staates bestimmt. Beleuchtet, dass auch in den Medien Propaganda längst eine Selbstverständlichkeit ist.

Kapitel 5 (Propaganda und Krieg) spannt anhand aller bisher gewonnenen Erkenntnisse den Bogen zurück - und reflektiert anhand von Geschehnissen aus dem Krieg.

Kapitel 6 (Schlussbetrachtungen) schließlich versucht, anhand aller Erkenntnisse, Wege zur intellektuellen Selbstverteidigung – sowohl für die Krisenberichterstattung als auch die Medienendnutzer – aufzuzeigen.

kannt. Dieser philosophischen Richtung zufolge liegt die Bedeutung der Dinge allein in den Wirkungen begründet, die ihre Anwendung oder ihr Gebrauch mit sich bringen. Selbst die Wahrheit einer Vorstellung kann daher durch empirische Untersuchungen ihrer Nützlichkeit herausgefunden werden. Diese Theorie entwickelten die amerikanischen Philosophen William James und John Dewey weiter. Sie hatte großen Einfluss auf die moderne Philosophie und Soziologie. Peirce gehörte auch zu den Begründern der modernen Zeichentheorie (Semiotik). Peirce starb am 19. April 1914 in Milford (Pennsylvania).

¹³ Lorenz Engell: Von der Semiologie Saussures zur Semiotik Peirces, In: Manuskript der 3. Vorlesung *Semiotik* im Wintersemester 2001/2002 an der Bauhaus-Universität Weimar; im Internet unter http://www.uni-weimar.de/medien/archiv/ws01_02/semiotik/Semiotik03.pdf, Stand: 30.11.2002

Thesen dieser Arbeit sind:

- Dass das, was wir als Wirklichkeit empfinden, nicht die Wirklichkeit, sondern einzig unsere Wahrnehmung derselben ist (Kapitel 1).
- Dass es unzählige Wissens- bzw. Wahrheitsfilter zwischen tatsächlicher Wirklichkeit und unserer Wahrnehmung derselben gibt, die über die Beeinflussung unserer Wahrnehmung unsere Meinung der Wirklichkeit gegenüber manipulieren (Kapitel 1 bis 6).
- Dass uns solche Meinungsmanipulation tagtäglich umgibt. Ja, das sie sogar ein elementares Instrumentarium in Demokratie und Medienlandschaft ist (Kapitel 3 und 4).
- Dass die Journalisten der Presse, welche der Wahrheit verpflichtet sind, ihre Kontrollfunktion der demokratischen Politik gegenüber unlängst kaum mehr wahrzunehmen vermögen (Kapitel 4 und 6).
- Dass die Demokratie selbst, zumindest zu Kriegszeiten, nicht durch das Volk, sondern durch Eliten bzw. PR-Gurus, so genannte „Spin Doctors“, kontrolliert wird, da diese über die notwendigen Mittel und die notwendige Macht verfügen, des Volkes Meinungen zu kontrollieren (Kapitel 1 bis 6).

2. Menschliche Wirklichkeit

Wahrnehmung

*Die Welt ist wie und was sie ist.
Kinder nehmen die Welt so wahr.
Erwachsene haben den Schwerpunkt ihres Lebens
in den Kopf verlagert und wollen alle Dinge zuordnen.
Dabei geht das Gefühl verloren.
Und dann machen sie sich irgendwann
in einer Therapie auf die Suche nach dem "inneren Kind".¹⁴*

Wenn wir über die Welt sprechen, darüber, wie sie funktioniert und ist, über die Welt oder Teile von ihr, sollten wir uns darüber bewusst sein, dass das, worüber wir reden, nicht zwingend die Wirklichkeit, sondern einzig unsere Wahrnehmung derselben ist. Denn unsere reale Umwelt ist insgesamt zu groß, zu komplex und auch zu fließend, um von uns direkt erfasst zu werden. Wir sind als Menschen nicht dazu ausgerüstet, dass wir es mit soviel Subtilität, mit so großer Vielfalt, mit so vielen Verwandlungen und Kombinationen, schier endlosen möglichen Wahrheiten zugleich, aufnehmen könnten.

Obwohl und gerade weil wir uns jedoch in der wirklichen Umwelt bewegen müssen, müssen wir diese in unserem Geiste zuvor in einem einfacheren Modell rekonstruieren, ehe wir mit ihr umzugehen vermögen. „Um diese Welt zu durchwandern, müssen die Menschen Karten von dieser Welt haben.“¹⁵ Und in diesen Karten, dieser, ihrer Fiktion der wirklichen Welt, bewegen die Menschen sich dann.

Wir leben also nicht in der Welt, wie sie wirklich ist, sondern in unseren Meinungen und Vorstellungen, unserer Fiktion von ihr. So sind bspw. die Völker zweier Staaten, die einander bekämpfen stets beide davon überzeugt, in Selbstverteidigung zu handeln. Und die verschiedensten politischen Parteien davon überzeugt, für das Gemeinwohl zu sprechen. Diese Menschen leben in derselben Welt, jedoch in verschiedenen Fiktionen von ihr.

Dass wir in unseren Fiktionen der wirklichen Welt leben, bedeutet auch: „Meistens schauen wir nicht zuerst und definieren dann. In dem großen blühenden, summenden Durcheinander der äußeren Welt wählen wir aus, was unsere Kultur bereits für uns definiert hat, und wir neigen dazu, nur das wahrzunehmen, was wir in der Gestalt ausgewählt haben, die unsere Kultur für uns stereotypisiert hat.“¹⁶

Unsere Wahrnehmung der Welt ist also stereotypisiert; wir nehmen selektiv, „in Schubladen“ wahr. Meist „definieren“ wir zuerst - das, was unser Stereotypenmodell hierfür bereits vorgesehen hat - und schauen dann. Sehen, was uns als das Wahrscheinlichste bzw. Glaubwürdigste erscheint und

¹⁴ Irina Rauthmann (*1958), deutsche Aphoristikerin und Lyrikerin

¹⁵ Walter Lippmann: Die öffentliche Meinung, München 1964, Seite 18

¹⁶ Ebd., Seite 63

schließen so von vorn herein bereits einen Teil der Wahrheit und Wirklichkeit aus.

So nahmen die Berliner, die mich eines Tages im U-Bahnhof Frankfurter Allee zusammengekauert am Boden sitzen sahen, mich *stereotyp*, wohl als Obdachloser wahr, machten einen Bogen um mich und schauten, als hätten sie Angst vor mir; bemerkten nicht, dass ich, während ich dort kauerte, Walkman hörte und ein teures Sakko trug. Diese Wahrnehmung *selektierten* sie aus. Und so wird auch ein kräftig gebauter Haarloser mit Baseballschläger von fast allen, die ihn erblicken, wohl eher als bedrohlich und wahrscheinlich rechtsradikal denn – und jedoch ebenso möglich – ein leukämiekranker Sportbegeisterter wahrgenommen werden.

Zwar tun wir hiermit weder ihm noch zwingend der Wahrheit genüge, doch „hierin liegt natürlich Ökonomie. Denn der Versuch, alle Dinge frisch und im Detail zu sehen statt als Typen und Verallgemeinerungen, erschöpft und kommt bei eiligen Angelegenheiten praktisch überhaupt nicht in Frage.“¹⁷

Auch ist ein solches Stereotypenmodell nicht neutral, nicht nur eine Methode, der unendlichen Unordnung der Wirklichkeit eine Ordnung beizubringen. Es ist ebenso die Garantie unserer Selbstachtung. Eine Projektion unseres eigenen Wertebewusstseins, unserer eigenen Stellung und unserer eigenen Rechte auf die Welt. Daher sind solche Stereotype in hohem Masse mit Gefühlen belastet. Sie sind die Festung unserer Gewohnheiten und Erfahrungen, unserer Tradition. Hinter ihnen können wir uns weiter in der von uns gehaltenen Stellung in Sicherheit fühlen.¹⁸

Zusammenfassend lässt sich feststellen:

1. Unsere Wirklichkeit ist stets nur unsere Wahrnehmung der Wirklichkeit; unsere Wirklichkeit ist stets nur vermittelt und somit im Prozess der Vermittlung beeinflussbar.
2. Unsere Wahrnehmung der Wirklichkeit funktioniert vereinfachend und kategorisierend. Wir nehmen selektiv wahr, was unser Stereotypenmodell hierfür entsprechend ausgewählt hat. Das, was wir erwarten. Unsere Wahrnehmung der Wirklichkeit ist also im Prozess der Erkenntnis selbst bereits mit Restriktionen belegt.
3. Wer unser Stereotypenmodell beeinflussen oder gezielt ansprechen könnte, könnte auch nach einem Geschehnis und dessen Vermittlung Einfluss auf unsere Wirklichkeit, weil unsere Wertung derselben, nehmen.
4. Unser Stereotypenmodell ist mit Gefühlen belastet. Ein Angriff auf dasselbe stellt einen Angriff auf das System unserer Weltanschauung und somit uns selbst dar. Was stereotype Wahrnehmung zusätzlich funktionalisierbar macht.

¹⁷ Ebd., Seite 67

¹⁸ Ebd., Seite 72

Schemata zur menschlichen Wahrnehmung nach Walter Lippmann

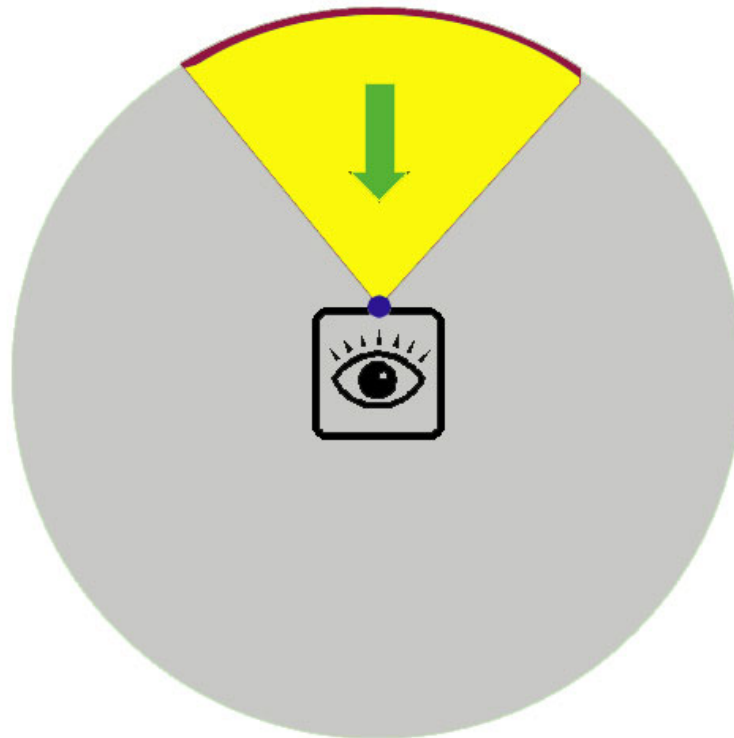


Abbildung 1: Stereotype Wahrnehmung

rot = (äußere) Wirklichkeit; gelb = stereotypisierte Wahrnehmung;
grün = Wirklichkeitsverlust; blau = wahrgenommene (innere) Wirklichkeit

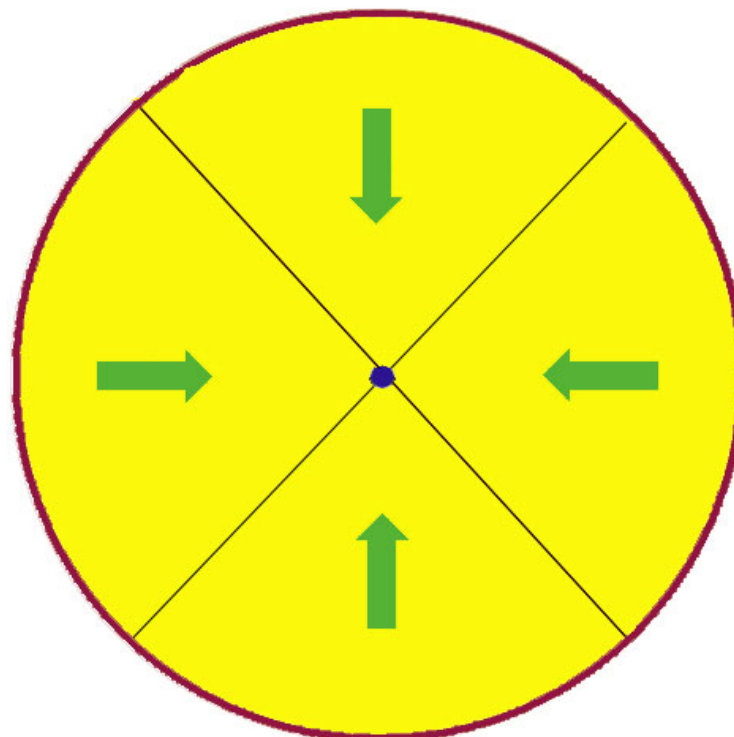


Abbildung 2: Äußere und innere Wirklichkeit

rot = (äußere) Wirklichkeit; gelb = stereotypisierte Wahrnehmung;
grün = Wirklichkeitsverlust; blau = wahrgenommene (innere) Wirklichkeit

Das bedeutet im Detail, dass sich unsere „Wirklichkeit“ und somit unsere Meinung von und zu ihr auf mindestens drei Arten beeinflussen lässt bzw. auf diese bereits von vorn herein beeinflusst ist:

1. Beeinflussung der Wirklichkeit, des **Ereignisses** selbst [Mittel].
2. Beeinflussung unserer Wahrnehmung der Wirklichkeit zwischen dem Ereignis und dessen Rezeption, der **Vermittlung** also [Objekt(bezug)].
3. Beeinflussung der Wertung und **Bedeutung** dieser Wirklichkeit durch Benutzung oder Beeinflussung des zur Rezeption verwandten Systems [Interpretation].

Bemerkenswert erscheinen mir hierbei die Erkenntnis, dass wir als Menschen grundsätzlich anfällig für Manipulationen an unserer Wahrnehmung der Wirklichkeit sind, da wir - nicht zuletzt auch durch uns selbst und unser bspw. durch die Kultur beeinflusstes Stereotypenmodell - stets abhängig von der Vermittlung dieser Wirklichkeit sind, und die Vermutung, dass Meinungsmanipulation eben nicht ausschließlich am Ereignis selbst beziehungsweise der Vermittlung desselben, sondern auch direkt am Bedeutungssystem des Ereignisses anzusetzen vermag. Nach der möglichen Beeinflussung des Ereignisses (siehe Abbildung 3: Ereignis), dessen Vermittlung (siehe Abbildung 3: Vermittlung) und dessen gezielter Ausrichtung auf unser Bedeutungssystem (siehe Abbildung 3: graue Fläche im Quadrat) also womöglich auch an der Struktur desselben direkt: Beispielsweise durch Konditionierung unserer Wahrnehmung durch die uns umgebende „Kultur“ (siehe Abbildung 3: gesamte graue Fläche).

Solche „Angriffe“ auf unsere Wahrnehmung der Wirklichkeit, sei es durch funktionalisierte Mechanismen zur Manipulation eines Ereignisses, der Vermittlung und Rezeption desselben oder unserer Wertung hiervon, solche Eingriffe in unsere innere Wirklichkeit, aus der dann unsere Meinungen und Werte der tatsächlichen Welt gegenüber entstehen, werden im folgenden „Propaganda“ genannt.

2.1. Das allgemeine Propaganda-Modell

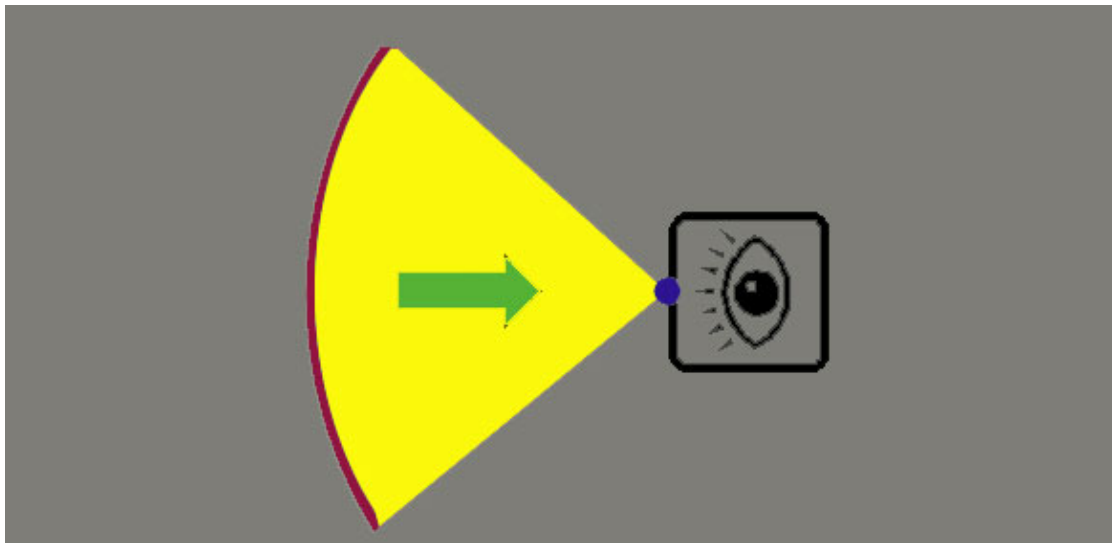


Abbildung 3: Direkte Wahrnehmung der Wirklichkeit

*Ereignis = ein wahrhaftiges Ereignis in der realen Welt;
 Vermittlung = Prozess von stereotypisierter Wahrnehmung
 bis hin zur Rezeption in unser Bild der Welt;
 Bedeutung = die Wirkung dieses Prozesses auf uns und unser
 Weltbild als auch - da projiziert und gelebt - die reale Welt*

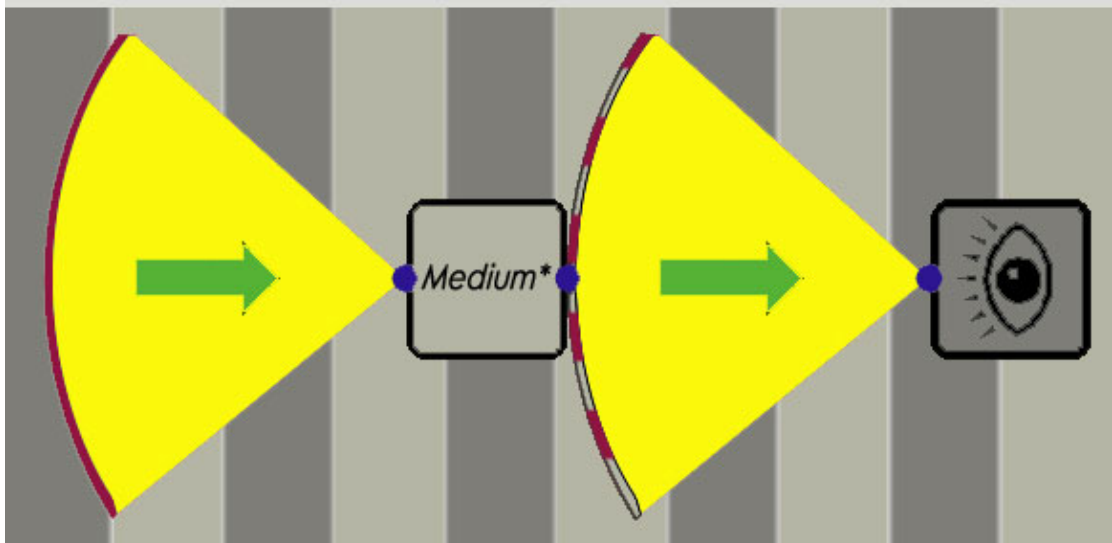


Abbildung 4: Indirekte Wahrnehmung der Wirklichkeit

*Ereignis = ein wahrhaftiges Ereignis in der realen Welt;
 Vermittlung = Prozess von stereotypisierter Wahrnehmung
 bis hin zur Rezeption in unser Bild der Welt;
 Bedeutung = die Wirkung dieses Prozesses auf uns und unser
 Weltbild als auch - da projiziert und gelebt - die reale Welt*

** das Medium selbst stellt - ebenso wie ggf. übergeordnete Systeme -
 einen weiteren, strukturellen Filter der Wirklichkeit dar*

3. Manipulierte Wirklichkeit

Der Faschismus würde in Amerika nicht auf dem gleichen Wege versuchen, an die Macht zu kommen, wie Hitler es in Deutschland getan hat. Er würde sich als 'Super-Patriotismus' und 'Super-Amerikanismus' tarnen. Die faschistischen Politiker sind weder dumm noch naiv. Sie wissen, dass sie eine Propaganda machen müssen, die 'ankommt'.¹⁹

3.1. Wirksamkeitsanalyse von Propaganda

Zu beachten ist auch, dass um Propaganda sicher wirken und manipulieren lassen zu können, eine Schranke zwischen Öffentlichkeit und Ereignis errichtet, der Zugang zur wirklichen Umwelt begrenzt werden muss, bevor jemand eine Pseudoumwelt errichten kann, die er für klug oder wünschenswert hält. Denn während die Leute, die unmittelbaren Zugang zu den Dingen haben, doch noch missverstehen könnten, was sie sehen (siehe Abbildung 3: die äußere Wirklichkeit ist noch vollends präsent), kann niemand sonst absolut darüber bestimmen, wie sie die Vorgänge missverstehen sollen.

Propaganda hat also per Definition - sei es durch direkte Zensur oder eine wie in der Einleitung erwähnte Rückhaltung von Informationen²⁰ durch bspw. Außenminister Fischer - stets etwas mit Wahrheits- und somit Wissensrestriktion zu tun; könnte sie doch nicht manipulativ wirken, wenn die Menschen die „ganze Wahrheit“ zu erkennen vermögen würden.²¹

Sicher wirksame Propaganda kann daher nur jene sein, welche den Rezipienten sicher und eindeutig vom zu interpretierenden Ereignis trennt. Jene also, die sich zwischen Ereignis und dessen Rezeption zusätzlich eines trennenden und vermittelnden Mediums (siehe Abbildung 4) bedient. Schränkt sie doch die Möglichkeiten einer noch autarken finalen Meinungsbildung mehr denn bspw. eine manipulierende Propaganda an der direkten Relation zwischen Ereignis, Vermittlung und Bedeutung ein.

Schematisiert (siehe Abbildung 4) bedeutete eine solche „mediale Schranke“, dass die äußere Wirklichkeit auf ihrem Weg zwischen Ereignis und Interpretation zuerst durch ein Medium „wahrgenommen“ wird, welches die äußere Wirklichkeit bereits erstmalig auf eine innere Wirklichkeit reduziert, bevor diese durch den Rezipienten wieder als äußere Wahrheit wahrge-

¹⁹ Orientierungsmaterial des Kriegsministeriums der Vereinigten Staaten von Amerika, 24.3.1945, zitiert nach 'Die Gezeichneten', Roman von Alvah Bessie, Berlin 1959

²⁰ So ging dem damaligen EU-Ratsvorsitzenden Joseph Fischer am 18. März 1999, sechs Tage vor Kriegsbeginn, die von einem finnischen Pathologen-Team erstellte Gesamtexpertise zum wohlweislich inszenierten »Massaker von Racak« zu. Einzige Konsequenz: Sie wurde unter Geheimhaltung gestellt. (Matthias Küntzel: Der Weg in den Krieg. Deutschland, die Nato und das Kosovo, Berlin, 2000, Seite 10)

²¹ Diesen Gedanken, dass Propaganda als mutmaßliche Begrenzung der Wahrnehmung der Wirklichkeit zur „Verschönerung“ derselben zu verstehen ist, konsequent zu Ende gedacht, definierte sich unser über Stereotypen funktionierendes System der Wahrnehmung selbst bereits als „biologisches Propaganda-System“.

nommen und erneut auf eine innere reduziert werden kann. Jedes zwischen Ereignis und Rezipienten installierte Medium stellt also grundsätzlich einen zusätzlichen Realitätsfilter dar und blockiert ein Stück mehr das „Durchkristallisieren“ von Wahrheit erster Ordnung, Wahrheit der „realen Welt“.

Wirksame Propaganda funktioniert also über die Restriktion von Realität, am besten durch Vermittlung derselben durch ein trennendes Medium.

Die wirksamste, möglicherweise perfekte Propaganda, sollte daher diejenige sein, welche zwischen ursprünglichem Ereignis und finaler Rezeption so viele „mediale Schranken“ wie möglich etabliert und jeweils (zwischen ursprünglichem Ereignis und Medium sowie zwischen Medium und finaler Rezeption) die Gesamtelation von Ereignis, Vermittlung und Bedeutung möglicherweise auch durch Manipulation des Stereotypenmodells selbst manipuliert.

3.2. Vorhandensein von Propaganda

Beim Begriff „Propaganda“ denkt man heutzutage zuerst und meist ausschließlich an den Nationalsozialismus und vergisst - bzw. weiß nicht -, dass es diese in ihrer politischen, also meinungsbildenden Form, bereits gibt, „seitdem sich die Menschen zu sozialen Gemeinschaften zusammengeschlossen haben“²²; weil es ebenso in der Natur der Menschen liegt, verschiedene Meinungen zu verschiedenen Themen zu haben wie auch, die eigene stets für die beste zu halten und deshalb zu versuchen, sie gegen andere Meinungen durchzusetzen und andere Menschen von ihr zu überzeugen.

Propaganda ist also keineswegs eine Erfindung des 20. Jahrhunderts; sie war vielmehr schon immer existent, in jeder Gesellschaft und Gesellschaftsform. Verändert haben sich im Laufe der Zeit nur ihre Methoden, ihre Medien und ihre Form.

3.3. Methoden der Propaganda

Um wirksam Propaganda betreiben, also nachhaltig Meinungen manipulieren zu können, muss man versuchen, die Psyche derer zu verstehen, die beeinflusst werden sollen.

Will man über einen der im vorigen Kapitel erwähnten Zugänge zu unserer Innenwelt auf die Wahrnehmung und Meinungsbildung anderer gezielten Einfluss nehmen, sind daher die folgenden Methoden einer Beeinflussung der menschlichen Psyche von besonderer Relevanz²³, sprechen diese doch (auf der Ebene der *Vermittlung*) gezielt das stereotype Rezeptionsmodell des Rezipienten an und zielen damit (auf der Ebene der *Bedeutung*) auf ganz bestimmte Interpretationen der Wirklichkeit ab:

²² Alfred Sturminger: 3000 Jahre politische Propaganda, Wien/München 1960, Seite 9

²³ Ebd., Seite 10f

1. **Das metaphysische Element**

Der Sinn für das Gute, Wahre und Schöne.

2. **Urhoffnungen und Urängste**

3. **Persönliche Interessen**

Verlockungen und Versprechungen bleiben bei den meisten Menschen nicht ohne Wirkung. Propaganda hat ihr Ziel dann erreicht, wenn ihre Opfer an eine Verbesserung ihrer eigenen Situation glauben.

4. **Gemeinschaftstrieb**

5. **Freiheitstrieb**

Da sich seit Ende des 19. Jahrhunderts die Propaganda zunehmend weniger auf ein einzelnes Individuum oder eine kleine Gruppe denn (aufgrund neuer technischer Entwicklungen und Möglichkeiten) immer mehr auf ein immer größer werdendes Publikum, kurz „die Masse“, bezieht, werden für sie zusätzlich auch die in dieser Masse geltenden Regeln relevant:

„In der Hauptsache wurde immer noch die Wahrnehmung gemacht, dass der einzelne als Teil der Masse intellektuell herabgemindert, aber gefühlsmäßig gesteigert wird. [...] Sie sind ganz besonders triebhaft, wandelbar und erregbar, urteilen meist oberflächlich und nicht logisch, ja unlogisch. Sie verallgemeinern, denken in Bildern und lassen sich durch Bilder am ehesten beeinflussen. Alle ihre Gefühle sind einfach, eindeutig und überschwänglich, was ihre Unduldsamkeit erklärt. Dadurch, dass sie das Unwirkliche, das Wunderbare dem Realen, Wirklichen vorziehen, sind sie extremen Gefühlen ausgeliefert: Zuneigung wird schnell zur Anbetung, Abneigung zum Hass.“²⁴

Diese besonderen Eigenschaften einer Masse sind es, die die „Massenpropaganda“ unlängst wohl zum effektivsten Mittel der Meinungsbildung erhoben haben. Wobei sich diese hauptsächlich dreier Methoden bedient²⁵:

1. **Behauptung**

Massenpropaganda arbeitet vor allem mit einfachen, aber in kategorischer Art und Weise vorgetragenen Behauptungen.

2. **Wiederholung**

Durch Wiederholung der Inhalte – womöglich mit den gleichen Schlagworten – bildet sich in der Masse eine gewisse Stimmung, eine Art geistige Strömung.

3. **Übertragung**

Die Übertragung der Inhalte, dieser Effekt der psychologischen Ansteckung muss stattfinden, damit Propaganda funktioniert. Verstärkt wird der Übertragungsprozess durch den Wunsch, sich der Masse „anzuschließen“, dazuzugehören.

²⁴ Ebd., Seite 13

²⁵ Ebd., Seite 13f

Auch diese Praktiken manipulieren die Relation zwischen *Vermittlung* und *Bedeutung* einer Realität, eines *Ereignisses*, greifen jedoch, wie vormals (siehe Ende Kapitel 2) bereits vermutet und unterstellt, noch weitgehender in unsere Wahrnehmung der Wirklichkeit ein, zielen sie doch direkt auf eine Konditionierung wenn nicht „Programmierung“ unseres Stereotypenmodells ab.

3.4. Medien der Propaganda

Genauso verschieden wie die Elemente der von Propaganda angesprochenen menschlichen Psyche und die Methoden der Propaganda selbst sind auch die möglichen (technischen wie nicht-technischen) Medien, also Vermittlungsinstanzen, welcher diese sich bedient. Zu den wichtigsten hierbei zählen die folgenden²⁶:

1. **Das gesprochene Wort, die Rede**

Trotz des technischen Fortschritts zählt auch heute die Rede noch zu den wichtigsten Propagandamitteln mit höchster Überzeugungskraft. Unter anderem wurde Propaganda auch mit Theater und Musik gemacht, welche eng mit dem gesprochenen Wort verbunden sind. Im 20. Jahrhundert spielte das Wort über den Rundfunk eine entscheidende Rolle.

2. **Bilder**

Bilder wurden vor allem dazu benutzt, um komplexe Sachverhalte einfach dazustellen und so an die Bevölkerung zu vermitteln, die lange Zeit nicht in der Lage war, zu lesen und zu schreiben. Besonders interessant wurden Bilder im 20. Jahrhundert, wo man begann, sie mit technischen Hilfsmitteln – später besonders mit dem Computer – zu manipulieren und sie so für die Meinungsbildung einzusetzen²⁷.

3. **Schrift**

Zu einem der mächtigsten Propagandamittel wurde die Schrift erst mit der Erfindung des Buchdruckes, der Geschriebenes einer großen Anzahl von Menschen zugänglich machte – sofern sie imstande waren, zu lesen.

4. **Film und Fernsehen**

Eines der mächtigsten, wenn nicht das mächtigste Propagandamittel des 20. Jahrhunderts überhaupt war neben dem Rundfunk und späteren Fernsehen der Film, welcher am Anfang des 20. Jahrhunderts seinen Siegeszug startete. Der Propagandafilm bedient sich derselben Teile der menschlichen Psyche, ist jedoch besser als jedes andere Medium in der Lage, die gewünschten Inhalte effektiv auf die Rezi-

²⁶ Ebd., Seite 15f

²⁷ Frank Kämpfer: Propaganda, politische Bilder im 20. Jahrhundert. Bildkundliche Essays, Hamburg 1997

ipienten zu übertragen und so seinem Ziel, nämlich Rezipienten so zu beeinflussen, dass sie einen bestimmten Standpunkt vertreten, näher zu kommen. Dies erreicht er durch seine didaktische Natur und seine Voreingenommenheit, durch seine manipulativen Bilder, durch Montage und besonders in Dokumentationen durch den Begleitkommentar eines Sprechers. Dabei spielt der Propagandafilm mit weiter oben angeführten Emotionen wie Angst, Sympathie und Erregung und spricht so auch direkt das Stereotypenmodell unserer Wahrnehmung an.

Zusammenfassend lässt sich festhalten, dass es gezielte Meinungsbeeinflussung schon immer und in jeder Gesellschaftsform gab. Und zwar auf verschiedenste Bereiche der menschlichen Psyche abzielend, in verschiedenster Form und unter Zuhilfenahme der verschiedensten Medien hierbei.

Da heute jedoch die Prozesse der „klassischen“ (nationalsozialistischen oder kommunistischen) Propaganda, bei welcher noch der Inhalt kennzeichnend für die politisch kontrollierte Medieninstitution und der Kommunikationsfluss von der Propagandastelle aus bedingt waren, in Demokratien zumeist ausgehebelt sind, muss sich die Analyse von Propaganda unlängst auf subtilere und verdecktere Funktionsweisen einstellen. Denn würde heutzutage institutionelle Propaganda aufgedeckt, wäre dies ein Skandal, der beispielsweise jenen Vorwand, aus dem seit jeher von westlicher Seite aus Kriege geführt werden, symbolisch untergräbt: Die Werte und Prinzipien unserer Demokratie.

Propaganda muss daher heutzutage als Effekt verschiedenster, oft schwer zugänglicher, politisch, wirtschaftlich und militärisch abhängiger Produktions- und Erkenntnisbedingungen von Nachrichten, sowie der verzerrenden Prozesse, die ein Ereignis zur Nachricht machen und nachhaltig unser aller Weltbilder prägen, gesehen werden.

Nachdem wir in den letzten beiden Kapiteln den Menschen und seine Wahrnehmung der Welt als auch individuell-methodische wie individuell-mediale Möglichkeiten einer Beeinflussung derselben betrachtet haben, nähern wir uns daher in den nächsten zwei Kapiteln den konkreten menschlichen und medialen Rahmenbedingungen und Abhängigkeiten heutiger gesellschaftlicher Kommunikation, betrachten zuerst die Institution der **Demokratie** und dann jene eines sich in dieser befindlichen **Medienkonzerns**.

4. Propaganda und Demokratie²⁸

Die Völker, die vorgeben, unsere Methoden zu fürchten, werden die Methoden bald am eifrigsten kopieren.²⁹

Wir leben in einer demokratischen Gesellschaft. Einer Gesellschaft, die von sich behauptet, vom Volke regiert zu werden. Doch weder im alten Griechenland, in dem die „Demokratie“ entstand, noch heute wird beziehungsweise wurde diese tatsächlich vom „Volk“ regiert. Vielmehr ist von Anfang an nur einem Teil des Volkes unter Ausschluss eines anderen die Beeinflussung des Staatswesens übertragen gewesen.

So bestimmten damals unter anderem weder Sklaven noch Frauen die Staatsgeschäfte mit und finden diese auch heute noch unter Ausschluss beispielsweise Minderjähriger und entmündigter Bürger. Die Staatsmacht zu beeinflussen vermochte und vermag also von vornherein nicht das gesamte „Volk“, sondern nur ein Teil hiervon. Das Lenken und Steuern der Staatsmacht selbst ist sogar einem noch kleineren Teil der Gesellschaft vorbehalten: Der jeweiligen Regierung der entsprechenden Demokratie.

Da das Volk jedoch nur anhand seiner Wahrnehmung der Welt zu entscheiden vermag, welche Aufträge es seinen Regierungsvertretern erteilt, in welche Richtung es deren Handlungen lenkt, stellt sich in Anbetracht der bisher gewonnenen Erkenntnisse folgende Abhängigkeit dar: Die Demokratie wird gelenkt von der im Volk vorherrschenden Meinung – und nicht von des Volkes „Vernunft“, kennt dieses alle Wahrheiten der „äußeren Wirklichkeit“ doch nicht. So ist die Demokratie also abhängig vom Volk, dieses jedoch wiederum von der fiktiven weil stereotyp wahrgenommenen Welt, in der es lebt und die es für die wirkliche hält – und diese Fiktion wiederum von ihrer Vermittlung, das heißt auch abhängig von möglichen Manipulationen, Selektionen usw. usf.

Schon Walter Lippmann³⁰ schrieb 1918 in seinem Buch „Die Öffentliche Meinung“, dass, entgegen aller anderweitigen Annahmen die gezielte in-

²⁸ Dass im folgenden oftmals von der amerikanischen pauschal auch auf die deutsche Demokratie geschlossen werden wird, liegt vornehmlich daran, dass dem Autor dieser Arbeit bezüglich der Relation von *Lobbys, PR-Firmen und Politik* für Deutschland kaum Material vorliegend ist. Wenn jedoch sicher auch in anderem Ausmaß und auf andere Art und Weise, steht mehr denn zu vermuten, dass sich auch in Deutschland ähnliche Zustände wie in Amerika etabliert haben und sich im Zuge einer zunehmenden Amerikanisierung weiter etablieren werden.

²⁹ Adolf Hitler in 'Mein Kampf', zitiert nach 'Die Gezeichneten', Roman von Alvah Bessie, Berlin 1959

³⁰ Walter Lippmann, als Sohn deutscher Eltern 1889 in New York geboren, gehörte Jahrzehnte lang zu den angesehensten Journalisten der Welt. Seine Kommentare erschienen nicht nur in den USA, sondern auch in zahlreichen außeramerikanischen Zeitungen in Europa und Übersee. Lippmann hat mit T. S. Elliot zusammen studiert und war später Assistent des Philosophen Santayana. Roosevelt, Wilson, Kennedy und Johnson haben oft mit Lippmann konferiert, mit dem sie sich stets als einem ihnen ebenbürtigen Gesprächspartner

stitutionelle Propaganda in der *Demokratie* alles andere als ausgestorben sei, ermögliche sie doch die direkte Einflussnahme auf sie³¹:

„Wie die Öffentliche Meinung eigentlich entsteht – dieser Vorgang ist sicherlich noch komplexer, als es hier scheinen mag, und die manipulativen Möglichkeiten [...] liegen auf der Hand. [...] [Die Kunst des Herbeiführens von Konsens galt eigentlich mit dem Aufkommen der Demokratie als ausgestorben. Sie ist aber nicht ausgestorben. Sie ist vielmehr technisch sehr verbessert worden, stützt sie sich doch heute auf Analysen statt auf Faustregeln. Und so hat die psychologische Forschung, im Verein mit der modernen Kommunikationstechnik, der Demokratie eine neue Wendung gegeben. Hier findet eine Revolution statt, die viel bedeutsamer ist als jede ökonomische Machtverschiebung. Die Generation, die heute an den Schaltebelen sitzt, hat es erlebt, dass aus der Überredung eine bewusste Kunst und ein anerkanntes Organ der Volksregierung geworden ist. Auch wenn niemand von uns auch nur im geringsten die Konsequenzen daraus abschätzen kann, so kann man wohl ohne Risiko prophezeien, dass das Wissen, wie man Konsens schafft, jede politische Überlegung verändern und jede politische Prämisse beeinflussen wird.“

Auch liegen, so Noam Chomsky³², die wesentlichen Entscheidungen über das, was in unserer *kapitalistischen* Demokratie geschieht – Investitionen, Produktion, Distribution etc. – in den Händen eines Netzwerkes aus großen Konzernen, Multis und Finanzunternehmen, welches auch die Inhaber der wichtigsten Regierungsämter stellt, in den Händen derer also, die über Reichtum und Macht verfügen. Diese Finanz-Elite besitzt auch die Medien - oder aber sie hat zumindest großen Einfluss auf sie³³:

„Sie [die Konzerne, Multis und Finanzunternehmen] besitzen geradezu übermächtige Gewalt über unser Leben – also über das, was in der Gesellschaft passiert. Sie beherrschen das Wirtschaftsleben, schon prinzipiell und auch noch durch die Gesetze. Da sie alle Ressourcen kontrollieren und überall ihre Interessen durchsetzen wollen, unterliegt unser politisches und ideologisches System äußerst scharfen Beschränkungen.“

auseinandersetzen. Sein Buch „Die öffentliche Meinung“ gehört zu den Standardwerken der Publizistik.

³¹ Mark Achbar: Noam Chomsky – Wege zur intellektuellen Selbstverteidigung, Grafenau 2001, Seite 38

³² Noam Chomsky, geboren am 7. Dezember 1928, politischer Aktivist, Sprachtheoretiker und seit 1961 Professor am *Massachusetts Institute of Technology (MIT)*, ist Träger von zehn Ehrendoktorwürden und etlicher anderer hoher Auszeichnungen und Preise, Mitglied der *American Academy of Art and Sciences* und Autor mehrerer Bestseller über Linguistik, Philosophie und Politik. Die *New York Times* würdigt Noam Chomsky als den bedeutendsten lebenden Intellektuellen – und beklagt zugleich seine radikale Haltung gegenüber der US-Außenpolitik. Der *Zeit* gilt Chomsky als „der einzige Intellektuelle von Rang, der für die eigentlich antiintellektuelle Bewegung der Globalisierungsgegner überhaupt eine Rolle spielt.“

³³ Ebd., Seite 49

4.1. Das macht-demokratische Propagandamodell

So bringen Chomsky und Lippmann miteinander vereint folgendes Weltbild hervor:

- Der Selbstlauf der kapitalistischen Demokratie führt dazu, dass immer weniger Menschen über immer mehr Reichtum und somit Macht verfügen.
- Denen, die – relativ gesehen – die meiste Macht besitzen, ist das Wissen darum, wie man Konsens schafft, am ehesten zugänglich.
- Wenn sie über dieses verfügen, ist es – relativ gesehen – für sie ein leichtes, von diesem auch Gebrauch zu machen, Konsens in der Bevölkerung zu schaffen.
- Wer gesellschaftlichen Konsens zu produzieren vermag, kontrolliert des Volkes Meinung und fiktive Realität.
- Wer des Volkes Meinung kontrolliert, kontrolliert (über die entsprechende Regierung) direkt die Demokratie - und somit wieder den kapitalistischen und demokratischen Staat.

Oder, um es kurz zu fassen:

„Es gibt Menschen, die Macht haben. Es gibt Menschen, denen das Land gehört, und die sorgen dafür, dass sie die Kontrolle darüber nicht verlieren.“³⁴

Wie auch immer man sich diesen Aussagen gegenüber positionieren mag, je mehr man sich mit den Geschehnissen um die Inszenierungen der letzten Kriege, mit den Verstrickungen von Lobbys, PR-Firmen und Politik beschäftigt, umso klarer kristallisiert sich Wahrheit aus diesen Annahmen heraus.

So kam beispielsweise die 1973 eingesetzte *Trilateral Commission*, zu deren Bildung David Rockefeller, der damit die Hoffnung verband, in ihr würden „die größten Geister der Menschheit sich den Problemen der Zukunft zuwenden“, den Anstoß gab, und deren Aufgabe³⁵ es ist,

1. die Zusammenarbeit zwischen Nordamerika, Westeuropa und Japan (also den so genannten höchstentwickelten Regionen) durch den Kontakt zwischen prominenten Privatpersonen zu fördern,
2. für ihre Mitgliedsländer eine Innen- und Außenpolitik zu entwickeln sowie
3. das internationale System zu erneuern, um die nach dem Zweiten Weltkrieg entstandene globale Machtstruktur „gerechter“ zu machen,

in einer Studie über die „Regierbarkeit der Demokratien“ bereits 1975 zu dem Ergebnis, dass die Medien zu einer nicht unwichtigen neuen Machtquelle geworden sind, was auch einen „Überschuss an Demokratie“ bedeutet, der im Inland die Autorität der Regierung und folglich im Ausland den Einfluss der Demokratie sinken lässt.

³⁴ Ebd., Seite 58

³⁵ Ebd., Seite 16

Nach Ansicht der Kommission rührt diese allgemeine Demokratiekrise daher, dass bislang marginalisierte Bevölkerungsschichten sich organisieren und ihre Forderungen energischer vorbringen. Die Kommission konstatiert daher eine Überlastung des Demokratieprozesses und eine hieraus resultierende Gefährdung dessen Funktionalität - und spricht sich insgesamt für eine „Mäßigung in der Demokratie“ aus, um den Demokratieüberschuss abzubauen und so die Krise zu meistern³⁶.

Liest man die Ergebnisse dieser Studie erneut und ersetzt den Begriff Demokratie durch jenen der „Macht“, ergibt sich eine neue Lesart des „trilateralen Demokratieproblems“: Die Medien von 1975 störten die Mächtigen daran, die Bevölkerung zu indoktrinieren - was sie bereits seit langem gezielt tun.

So setzt die PR-Branche beispielsweise seit Jahren gewaltige Geldmittel ein, um „dem amerikanischen Volk die wirtschaftlichen *facts of life* beizubringen“³⁷ und so ein für die Geschäftswelt günstiges Klima zu schaffen. Ihr obliegt es, das „allgemeine Denken“³⁸ zu steuern, die „einzige Gefahr, der sich unser Unternehmen gegenüber sieht“³⁹, wie es bereits vor 80 Jahren ein Manager des amerikanischen Telefonkonzerns AT&T formulierte.

Auch ist nicht erst seit 1947 bekannt, dass gezielte Propaganda eben auch gerade von Regierungen demokratischer Staaten zur Manipulation der Meinung des eigenen Volkes herangezogen wird. In diesem Jahr nämlich stellte ein PR-Spezialist des US-Außenministeriums fest, dass „clevere Öffentlichkeitsarbeit sich immer lohnt“. Die öffentliche Meinung „ist nicht von allein nach rechts gedriftet, sondern sie wurde – ganz geschickt – nach rechts bewegt. [...] Die ganze Welt ist nach links gewandert, hat Arbeiterparteien an die Regierung gebracht und liberale Gesetze verabschiedet – einzig die USA sind zu einem Gegner der Arbeiterbewegung und des sozialen und wirtschaftlichen Wandels geworden.“⁴⁰

4.2. Die USA und das Soziale

Bereits damals, in den vierziger Jahren, hatte es gewaltige, von Wirtschaft und Regierung getragene, Propagandafeldzüge gegeben. Vor allem kurz nach dem Zweiten Weltkrieg, als eine Welle von Sozialreformen über die Erde ging. Diese „Abweichungen von der Norm“ wurden von den USA – nicht nur im eigenen Land – erbittert und weitgehend erfolgreich bekämpft.

³⁶ M. P. Crozier u. a.: *The Crisis of Democracy. Report on the Governability of Democracies to the Trilateral Commission*, New York University, 1975

³⁷ Noam Chomsky: *Necessary Illusions. Thought Control in Democratic Societies*, South End 1989, Seite 16

³⁸ Ebd., Seite 16

³⁹ Ebd., Seite 16

⁴⁰ Noam Chomsky: *Necessary Illusions. Thought Control in Democratic Societies*, South End 1989, Seite 31

So brach sich die Reformwelle hier an der intensiven Gegenpropaganda der Handelskammer und des Werberats, die unter Einsatz von 100 Millionen Dollar eine Kampagne über alle Medien laufen ließen, um dem amerikanischen Volk das amerikanische Wirtschaftssystem – oder was sie darunter verstanden – gut zu verkaufen. Man nannte dies „ein wichtiges Projekt, der Bevölkerung der USA die wirtschaftlichen Tatsachen des Lebens beizubringen“⁴¹.

Wie das führende Wirtschaftsmagazin *Fortune* berichtete, setzten die Großunternehmen „umfangreiche Indoktrinationsprogramme für ihre Angestellten“⁴² in Gang, in deren Verlauf sie die ihnen ausgelieferten MitarbeiterInnen in „wirtschaftlichen Fortbildungskursen“ versammelten und auf ihre Loyalität gegenüber dem System des „freien Unternehmertums“ – also auf ihren „Amerikanismus“ – testeten. Dies geschah in einem atemberaubenden Umfang und war nichts anderes als der Versuch der Unternehmer, den Demokratisierungsimpuls aus der Zeit der großen Depression zu stoppen und die ideologische Hegemonie des freien Unternehmertums wiederherzustellen.

Nach einer Umfrage der *American Management Association* waren für viele Wirtschaftsführer „Wirtschaftserziehung“ und „Propaganda“ zu Synonymen geworden, wollten sie doch erreichen, „dass unsere Leute richtig denken.“⁴³ Das Ergebnis war unübersehbar: Die USA schlossen sich im Feld der sozialen Fragen und der menschlichen Grundrechte aus der Gemeinschaft der übrigen Industrieländer aus.

Staatliche Propaganda ist jedoch nicht nur in „umfangreichen Indoktrinationsprogrammen“ zu finden, ganz im Gegenteil findet man sie – beispielsweise als gezielte Verwendung irreführender Begrifflichkeiten – täglich und überall im politischen Diskurs. Besonders beliebt ist sie in *Wahlkampf* und *Krieg*.

4.3. Die USA und die Wahl

„Es wird nie soviel gelogen wie vor der Wahl, während des Krieges und nach der Jagd.“⁴⁴

So bezeichnete beispielsweise die republikanische Reagan-Regierung in beiden Wahlkämpfen, 1980 und 1984, die Demokraten als „die Partei der Sonderinteressen“, was ja etwas Schlechtes sein muss, weil wir doch alle gegen Sonderinteressen sind. Schaute man jedoch genauer hin, dann wurden sie aufgezählt: Frauen, Arme, Werktätige, Jugendliche, Alte, ethnische Minderheiten – streng genommen die gesamte Bevölkerung. Eine Gruppe fehlte allerdings bei den Sonderinteressen: die Konzerne. Den Wahlreden zufolge lag hier selbstverständlich kein Sonderinteresse vor, ver-

⁴¹ Noam Chomsky: *Clintons Vision*, Grafenau 1994, Seite 26

⁴² Ebd., Seite 26

⁴³ Ebd., Seite 26

⁴⁴ Otto von Bismarck, ehemaliger deutscher Reichskanzler

treten diese doch nach eigenen Maßstäben das Gesamtinteresse der Nation. Denkt man es also zu Ende, dann vertritt das Volk Sonderinteressen, die Konzerne aber das Gesamtinteresse; und weil jeder für das Gesamtinteresse und gegen Sonderinteressen ist, werden diejenigen unterstützt und gewählt, die gegen das Volk eingestellt sind und für die Konzerne arbeiten.⁴⁵

4.4. Die USA und der Krieg im Irak⁴⁶

Und so waren die Vereinigten Staaten 1991 (unterstützt von der Presse) bestrebt, Saddam Hussein gezielt zu dämonisieren, um der Öffentlichkeit den geplanten Krieg besser verkaufen zu können. Nach mehreren Jahren enger diplomatischer, wirtschaftlicher und militärischer Kooperation zwischen Bagdad und Washington während des iranisch-irakischen Krieges war Saddam Hussein plötzlich ein Tyrann – schlimmer als Hitler. Neben persönlichen Beschimpfungen hatte man auch noch andere Aufhänger für die Medien. Öl gehörte von Anfang an dazu. Am 11. September 1991 erklärte George Bush „Wir können nicht zulassen, dass ein so lebenswichtiger Rohstoff einem so rücksichtslosen Diktator überlassen wird. Und wir werden es nicht zulassen.“ Dennoch waren große Teile der Öffentlichkeit nicht ganz überzeugt. So verfiel der amerikanische Außenminister Baker – nach vormals durch den Irak bedrohten lebenswichtigen Interessen, dem Grundsatz, dass Aggression sich nicht auszahlen dürfe und dem Vergleich Husseins mit Hitler – schließlich auf ein neues Spiel mit der Angst: „Damit es auch der Mann von der Straße versteht, ...will ich es so ausdrücken: Es geht um die Arbeitsplätze. Ein weltweiter Konjunkturrückgang, verursacht durch die Kontrolle einer Nation – eines Diktators, wenn Sie so wollen – [über das Erdöl] wird zum Verlust von Arbeitsplätzen amerikanischer Bürger führen.“⁴⁷

4.5. Deutschland und sein Friedensbewusstsein

Auch in Deutschland wird seitens der Regierungen längst einiges unternommen, um die Kriegsbereitschaft der Menschen zu erhöhen. Ist es doch letztlich die Meinung des Volkes, die über das Zustandekommen von Kriegen und deren Dauer bestimmt.

⁴⁵ Noam Chomsky: *Chronicles of Dissent. Interviews with David Barsamian, Monroe (USA), 1992*

⁴⁶ Wenn in den folgenden Kapiteln zunehmend von Kriegen gesprochen werden wird, lohnt es womöglich, neben dem Wissen um Propagandamechanismen auch das Wissen darum zu haben (jeweils Noam Chomsky: *Necessary Illusions. Thought Control in Democratic Societies, South End 1989, Seite 18*), dass „das Militär der USA im Wesentlichen ein von der Regierung garantierter Absatzmarkt für Hochtechnologieprodukte“ ist. „Es ist kein konservatives Programm, ganz im Gegenteil. [...] Reagans Programm bestand darin, den Staatsanteil am staatskapitalistischen System mit klassischen Mitteln auszuweiten. [...] Praktisch bedeutet dies, dass durch Intervention der Regierung die Nachfrage nach Waffen und Hochtechnologie steigt, wodurch ein Schub ausgelöst wird. [...] Entscheidend ist, dass es hier überhaupt nicht um eine militärische Bedrohung geht – in keinster Weise.“ Primär wohl eher um Profit und Machterhalt.

⁴⁷ Ramsey Clark, ehemaliger US-Justizminister: *Wüstensturm. US-Kriegsverbrechen am Golf, Göttingen 1995, Seite 61f*

In einem Spiegel-Interview vom 20.7.92 erklärte der damalige Verteidigungsminister Volker Rühle die planmäßige Art und Weise, mit der die wiedervereinigte Bevölkerung Deutschlands auf kommende Kriege eingestimmt werden soll – wurde den Deutschen zu dieser Zeit von der FAZ doch ein "tiefverwurzeltes Friedensbewusstsein" attestiert: "Deswegen müssen wir Schritt für Schritt vorgehen. Es geht auch nicht darum, die Soldaten, sondern die ganze Gesellschaft auf die neuen Aufgaben vorzubereiten. Bei Blauhelm-Einsätzen ist das schon gelungen: Zwei Drittel der Bevölkerung stimmen zu."⁴⁸

4.6. Die Auslagerung staatlicher PR

So nimmt denn auch die Bundeswehr inzwischen längst die Hilfe von PR-Profis in Anspruch. Dies belegt zum Beispiel ein Artikel des Werbeberaters und Geschäftsführungsmitgliedes der Werbeagentur Krakow-McCann in Düsseldorf, Karlheinz Hilsheimer in der Soldatenzeitschrift „Information für die Truppe“⁴⁹. Die Agentur hatte schon 1988 zur Werbung von Zeitsoldaten für die Bundeswehr die Kampagne „Eine starke Truppe“ mit Anzeigen in Printmedien und Werbespots für Kino und Fernsehen durchgeführt. In dem Artikel heißt es: „Ziel war es, Akzeptanz und Ansehen der Bundeswehr zu verbessern und einen Dialog mit dem Bürger herzustellen. Wichtig war aber auch die angestrebte Binnenwirkung, den Soldaten den Rücken zu stärken. [...] Professionelle Werbung ist darüber hinaus ein wichtiger Bestandteil im Gesamt-Kommunikationskonzept der Bundeswehr mit einer kritischen Öffentlichkeit – nicht mehr, aber auch nicht weniger.“

Die politische Konsensbildung professionellen Werbestrategen zu überlassen und eine aufmerksame Medienöffentlichkeit mit künstlichen oder zumindest verfälschten Nachrichten zu beliefern, hat in den USA inzwischen einen Namen: das „Spin Doctoring“.

4.7. Die Macht und das Marketing

In der Bundesrepublik tauchte der Begriff des „Spin Doctoring“ mehrmals in Zusammenhang mit den letzten beiden Wahlkämpfen auf, wenn es um die Kritik der Amerikanisierung der politischen PR ging. Die Inszenierung mediengerechter Auftritte von PolitikerInnen ist jedoch wohl die weitgehend harmloseste Erscheinungsform dieser Liaison zwischen „Macht- und Marketingexperten“. Von größerer Bedeutung ist die Funktion der Spin Doctors in ihrem Hauptaktionsfeld – dem *Kommunikationsmanagement in Krisen- und Konfliktsituationen*. Neben militärischer und politischer PR verdeutlicht dies beispielsweise ein Auftrag, den die US-amerikanische Firma Burson-Marsteller (B&M) die mit 63 Büros in 32 Staaten als eine der weltweit größten Agenturen gilt, erhielt: Aus einem Anfang 1998 Greenpeace/Hamburg zugespielten

⁴⁸ Dr. Hendrik Bullens, Fred Schmid und Linda Schneider: Kerneuropa - Keim zur Weltmacht, In: isw-report 23 vom April 1995, Seite 12

⁴⁹ Information für die Truppe. Zeitschrift für Innere Führung, Ausgabe 9/92, Bonn 1992, Seiten 29 - 33

Strategiepapier geht hervor, dass man eine mehrere Millionen Dollar teure Kampagne vorbereitet, die in Westeuropa die Vorbehalte gegen insbesondere aus den USA eingeführte genmanipulierte Nahrungsmittel eliminieren soll.⁵⁰ So werden wir in den nächsten Monaten oder Jahren vielleicht Augenzeugen der „möglicherweise größten und teuersten Propaganda-Schlacht, die je geführt wurde“⁵¹.

B&M lieferte übrigens für die südkoreanische Regierung während der Olympischen Spiele in Seoul das PR-Konzept gegen den Vorwurf der Menschenrechtsverletzungen im Land und stand unter anderem beim rumänischen Diktator Ceausescu unter Vertrag⁵².

Es bleibt festzuhalten, dass Propaganda überall dort vorhanden ist, wo Menschen sich zu Gemeinschaften zusammengeschlossen haben, also auch in der Demokratie. Dass wirksame Propaganda und insbesondere „Massenpropaganda“ in ihren wirksamsten Arten in der heutigen, kapitalistischen Demokratie aufgrund des systemimmanenten Machtprinzips den Reichen und Regierenden vorbehalten sind und von diesen längst gezielt eingesetzt werden, um eine willfährige (Medien-)Öffentlichkeit zu der von ihnen gewünschten Meinung zu bringen. Und, dass sich Reiche wie Regierende hierzu unlängst professioneller Hilfe bedienen: Der so genannten „Spin Doctors“.

*Im allgemeinen Propagandamodell (siehe Abbildung 3) bedeutet dies: Unsere Wirklichkeit und somit unsere Meinung zu ihr ist nicht nur beeinflussbar durch die Relation zwischen **Ereignis** (rot), **Vermittlung** (gelb, grün, blau) und **Bedeutung** (die graue Fläche im Quadrat), sondern auch durch ein möglicherweise **übergeordnetes System** (graue Fläche außerhalb des Quadrates) wie beispielsweise jenes der Form menschlichen Zusammenlebens und sozialer Interaktion, in unserem Falle also jenem einer kapitalistischen Demokratie.*

⁵⁰ Ursel Fuchs: Propaganda Strategy of Gen-Multis leaked out, In: Genetically Manipulated Food News; im Internet unter http://www.home.intekom.com/tm_info/rw80119.htm, Stand: 30.11.2002

⁵¹ Ebd.

⁵² Carmelo Ruiz: Burson-Marsteller: PR for the New World Order, In: Genetically Manipulated Food News; im Internet unter http://www.home.intekom.com/tm_info/ge_bm.htm, Stand: 30.11.2002

5. Propaganda und Medien

Die Wirklichkeitskonstruktion einzelner Individuen wird in der heutigen Informationsgesellschaft insbesondere durch die Medien in eigener, neuer Qualität und Quantität bedingt und beeinflusst. Nach welchen Regeln in den Medien Nachrichten, die zugleich immer Modelle der Wirklichkeit beinhalten, konstruiert werden, hat daher besondere Relevanz für die Kommunikation in Krisenzeiten und soll im Folgenden näher untersucht werden.

5.1. Das macht-mediale Propagandamodell⁵³

Die Massenmedien dienen als System zur Übermittlung von Symbolen und Botschaften an die breite Masse. Sie sollen amüsieren, unterhalten und informieren, und sie sollen diejenigen Werte, Glaubenssätze und Verhaltensregeln einflößen, die den Bürger in die institutionellen Strukturen der Gesellschaft integrieren. In einer Welt konzentrierten Reichtums und heftiger Kämpfe hierum bedarf es zu dieser Rolle einer systematischen Propaganda.

Solange die Macht über ein Land in den Händen einer staatlichen Bürokratie liegt, wird schon durch die monopolistische Medienkontrolle – häufig noch durch eine offizielle Zensur verstärkt – deutlich, dass die Medien den Zielen der herrschenden Elite dienen. Wo aber die Medien sich in Privatbesitz befinden und es keine formelle Zensur gibt, da ist das Wirken eines Propagandasystems viel schwieriger zu verfolgen – ganz besonders, wenn die Medien miteinander konkurrieren, in regelmäßigen Abständen Missstände in der Regierung oder im Big Business anprangern, sich also massiv als Vorkämpfer für das Recht der freien Rede und überhaupt für die Interessen der Gemeinschaft in Szene setzen. Dabei bleibt verborgen (und wird in den Medien auch nicht thematisiert), dass dieser Kritik enge Grenzen gesetzt sind und dass die Mittel, durch deren Einsatz man Zugang zu den Privatmedien gewinnen und ihr Verhalten beeinflussen kann, extrem ungleich verteilt sind.

Das folgende, an Noam Chomsky angelehnte Propagandamodell fasst diese ungleiche Verteilung von Macht und Reichtum ins Auge und ebenfalls die vielseitigen Auswirkungen dieser Ungleichheiten auf die Interessensgebiete und die Themenauswahl der Massenmedien. Das Modell zeichnet die Wege nach, über die Kapital und Macht in die Lage versetzt werden, das jeweils Druckbare herauszusieben, abweichende Meinungen an den Rand zu drängen und es der Regierung und den vorherrschenden Privatinteressen zu ermöglichen, ihre Botschaft an den Mann und die Frau zu bringen.

⁵³ Edward S. Herman, Noam Chomsky: Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media, Croydon (GB) 1994, Seiten 1 - 2

Die wichtigsten Komponenten des Propagandamodells oder „Nachrichtenfilter“-Sets sind:

1. die Größe der wichtigsten Mediengesellschaften, die Konzentration und das Vermögen ihrer Eigentümer, sowie ihre Gewinnorientierung (siehe Kapitel 5.2: Die Abhängigkeit von Besitz),
2. die Werbung als Haupteinnahmequelle der Massenmedien (siehe Kapitel 5.3: Die Abhängigkeit von Werbung),
3. die Abhängigkeit der Medien von den Informationen, die ihnen von der Regierung, der Wirtschaft und den von den Machtzentren alimentierten und approbierten „Experten“ geliefert werden (siehe Kapitel 5.4: Die Abhängigkeit von Information),
4. „Flak“ als Mittel zur Disziplinierung der Medien (siehe Kapitel 5.5: Die Abhängigkeit von Disziplinierung) als auch
5. der „Antikommunismus“ (bspw. USA) bzw. der „Antifaschismus“ – gemeint ist hier insbesondere der dann diagnostizierte *Faschismus* in einem Land, wenn man gegen dieses in den Krieg ziehen will - (bspw. BRD) als nationale Religion und als Kontrollmechanismus.

Diese Komponenten wirken zusammen und verstärken sich gegenseitig. Das primäre Nachrichtenmaterial muss eine Folge von Filtern durchlaufen, bis der gesäuberte, für druckbar erachtete Rest übrig bleibt. Es sind diese Komponenten, die die Grundsätze für Diskurs und Interpretation festlegen und die definieren, was überhaupt einen Neuigkeitswert besitzen soll. Aus ihnen erklären sich auch die Gründe und die Abläufe regelrechter Propagandafeldzüge.

5.2. Die Abhängigkeit von Besitz

Wir fragen nun: Was würde man von diesen Medien erwarten, wenn man relativ einleuchtende Marktverhältnisse ohne Fremdeinflüsse annimmt? Schaut man auf die Produkte, dann findet man einige wichtige Einflussfaktoren, die nichts anderes als „Realitätsfilter“ sind. Ein Beispiel hierfür sind die Besitzverhältnisse. Wem gehören diese großen Medien, die die Themen setzen – was sind sie letztlich? Was für gesellschaftliche Institutionen? In erster Linie sind es Großbetriebe, die darüber hinaus in noch größeren Konzernen bis hin zu Multis eingebunden sind - oder diesen ganz gehören.

In Amerika bspw. gab es 1986 7 große Filmgesellschaften sowie jeweils mehr als 1.800 Tageszeitungen, 11.000 Zeitschriften, 11.000 Rundfunksender, 2.000 Fernsehsender, 2.500 Buchverlage. Diese werden von insgesamt 23 Großunternehmen zu mindestens 50% kontrolliert.

Es waren dies: Bertelsmann, Buena Vista Films (Disney), Capital Cities / ABC, CBS, Cox Communications, Dow Jones, General Electric, Harcourt Brace Jovanovich, Hearst, Ingersoll, International Thomson, Knight Ridder, Media News Group (Singleton), Newhouse, News Corporation Ltd. (Murdoch), New York Times, Paramount Communications, Reader's Digest Association, Scripps-Howard, Times Mirror, Time Warner, Tribune Company⁵⁴.

5.3. Die Abhängigkeit von Werbung

Wir haben hier also vor allem einige Großunternehmen, die ihrerseits zu noch größeren Konzernen gehören. Wie alle anderen Unternehmen bieten auch sie ein Produkt auf dem Markt an. Der Markt, das sind die Werbekunden, also andere Firmen. Was die Medien am Laufen hält, sind nicht die LeserInnen, HörerInnen oder ZuschauerInnen. Geld verdienen sie einzig und allein mit ihren WerbekundInnen, so dass sie abhängig von diesen sind.

So sehr, dass die WerbekundInnen manchmal sogar direkten Einfluss auf sie zu nehmen vermögen: „Ein Programm, das nicht auf Förderung der Wirtschaft hoffen kann, stirbt im allgemeinen schon kurz nach der Geburt“, notiert der Londoner *Economist* am 5.12.1987, und weiter: „Die Sender reagieren inzwischen äußerst sensibel auf die empfindlichen Gefühle der Konzerne.“ Das Blatt erwähnt dann den Fall des TV-Senders WNET, der „seine Unterstützung durch Gulf & Western einbüßte, nachdem er in einem Dokumentarfilm mit dem Titel *Profithunger* gezeigt hatte, wie die Multis in der Dritten Welt riesige Ländereien aufkaufen.“ „Ein Freund tut so etwas nicht“, bescheinigte der Gulf-Präsident dem Sender; dieser Film sei „massiv wirtschaftsfeindlich, um nicht zu sagen anti-amerikanisch.“ Schlussfolgerung des *Economist*: „Es ist kaum anzunehmen, dass WNET denselben Lapsus heute noch einmal begehen würde.“ Andere ebenso wenig – die implizite Warnung genügt.

5.4. Die Abhängigkeit von Informationen

Nach dem Golfkrieg von 1991, während dessen der Presse vom ersten Tag an der direkte Kontakt mit den Soldaten verwehrt wurde, haben die Medien sich selbst auf die Schulter geklopft und Umfrageergebnisse verkündet, nach denen ca. 70 Prozent der Bevölkerung mit der Kriegsberichterstattung zufrieden waren. Misst man hingegen die Qualität der Medien daran, wie gut sie die Öffentlichkeit informiert haben, dann erweist sich ihr völliges Versagen.

Das *Center for Studies in Communication* der Universität von Massachusetts fand heraus, dass die Menschen umso weniger über die Hintergründe des Golfkrieges wussten, je häufiger sie während der Krise vor dem Fernseher gesessen hatten, und dass sie auch den Krieg umso entschiedener bejahten.

⁵⁴ Mark Achbar: Noam Chomsky - Wege zur intellektuellen Selbstverteidigung, Grafenau 2001, Seite 60

Bei der Frage nach Grundkenntnissen über die Region, die Politik der USA und die Ereignisse, die zu dem Krieg geführt hatten, stellte das Forscherteam fest, dass „die auffälligsten Wissenslücken bei den Menschen solche Informationen betrafen, die die Regierungspolitik in einem ungünstigen Licht hätte erscheinen lassen können“.⁵⁵

So fiel es der überwiegenden Mehrzahl der Befragten schwer, allgemeine Fragen zum Nahen Osten und zur Außenpolitik der USA zu beantworten; hingegen konnten 81 Prozent den Flugkörper, mit dem man die irakischen Scud-Raketen abschießen konnte, richtig benennen: die Patriot. Die Tatsache, dass die Medienkonsumenten zwar über die amerikanischen Waffen bescheid wussten, nicht aber über die Widersprüche amerikanischer Außenpolitik, lässt es für die Forschergruppe „als nahe liegend erscheinen, dass die breite Öffentlichkeit nicht etwa unwissend war, sondern selektiv fehlinformiert wird.“⁵⁶

5.5. Die Abhängigkeit von Disziplinierung⁵⁷

Diszipliniert werden die Medien durch „Flak“. Hierunter versteht man negative Reaktionen auf Äußerungen oder Programme der Medien. Flak kann in Form von Telegrammen erfolgen, per Telefon, durch einstweilige Verfügungen, Prozesse, Parlamentsreden, Gesetzentwürfe oder sonstige Beschwerde-, Druck oder Strafmittel.

Flak – vor allem, wenn sie Geld kostet und als Drohung wirksam sein soll – „können nur die praktizieren, die über Macht verfügen“⁵⁸. Die Flak der Mächtigen kann direkt oder indirekt auftreten. Zur direkten Variante gehören Briefe oder Anrufe von Politikern an die Größen eines Medienkonzerns, die den TV-Sender um Dokumente ersuchen, die einer bestimmten Sendung zugrunde liegen, oder aufgebrachte Werbeagenturen oder Sponsoren verlangen von den Medienchefs Sendezeit für eine Gegendarstellung oder drohen Vergeltungsschläge an.

Auch wurde in Amerika bereits 1969 von Reed John Irvine, vormaligem Mitglied im Zentralbankrat des *Federal Reserve System* in Washington, die Organisation *Accuracy in Media (AIM)* gegründet⁵⁹, die in den 70er Jahren (vergleiche Kapitel 4.1: Das macht-demokratische Propagandamodell, Studie über die Regierbarkeit der Demokratien von 1975) einen spektakulären Aufstieg erlebte.

⁵⁵ TV: The More You Watch, the Less You Know, In: *Extra! The Magazine of FAIR – The Media Watch Group* (Special Gulf War Issue, 1991); im Internet unter <http://www.fair.org/extra/best-of-extra/gulf-war-watch-tv.html>, Stand: 30.11.2002

⁵⁶ Ebd.

⁵⁷ Edward S. Herman, Noam Chomsky: *Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media*, Croydon (GB) 1994, Seiten 26 - 28

⁵⁸ Ebd., Seite 26

⁵⁹ Ebd., Seiten 26 - 28

Die Einnahmen stiegen von 5.000 Dollar im Jahre 1971 auf 1,5 Millionen Dollar Anfang der 80er Jahre; sie stammen hauptsächlich von Großunternehmen, Firmenstiftungen und reichen Erben. Mindestens acht Ölgesellschaften unterstützten AIM in den frühen 80ern, und es ist beeindruckend, wie viele Bereiche der Wirtschaft unter den Sponsoren vertreten sind. AIM dient dazu, Druck auf die Medien auszuüben, damit sie den Vorgaben der Wirtschaft folgen und für eine knallharte rechte Außenpolitik eintreten. AIM drängt die Medien, sich für Kommunistenjagden zu begeistern und prangert ihre angeblichen Unterlassungssünden an, sobald sie sich einmal nicht an die außenpolitische Linie halten. So werden sie darauf konditioniert, bei jeglichem Vorstoß gegen die Normen der rechten Vorurteile mit Ärger (und Kosten) rechnen zu müssen.

Die Mächtigen können jedoch auch indirekt auf die Medien einwirken: Sie können sich in ihren Kreisen (etwa bei ihren Aktionären oder Angestellten) über die Medien beklagen, sie können entsprechende Annoncen placieren, sie können rechtslastige Überwachungs- oder Analyseoperationen finanzieren, die sich gegen die Medien richten. Schließlich können sie Wahlkampagnen finanzieren und damit solchen Politikern zur Macht verhelfen, die es den Medien möglichst schwer machen, „störend“ zu sein. Obgleich die Flak-Mechanismen die Medien pausenlos aufs Korn nehmen, werden sie von diesen stets gut behandelt. Sie erfahren respektvolle Aufmerksamkeit, während ihre Propagandarolle und ihre Verpflichtung auf die übergeordneten Zielvorstellungen ihrer jeweiligen Organisation kaum jemals erwähnt oder analysiert werden.

*Für unser allgemeines Propagandamodell (siehe Abbildung 4) bedeuten die Erkenntnisse aus diesem Kapitel folgendes: Unsere Wirklichkeit und somit unsere Meinung zu ihr ist nicht nur beeinflusst durch die Relation zwischen **Ereignis** (rot), **Vermittlung** (gelb, grün, blau) und **Bedeutung** (die graue Fläche im Quadrat), sondern auch durch das **übergeordnete System** (dunkel-graue Fläche außerhalb des Quadrates) einer kapitalistischen Demokratie sowie das **in dieser befindliche System** eines Medienkonzerns (hell-graue Fläche außerhalb des Quadrates).*

Jeder Teil trägt hierbei entscheidend zur Veränderung unserer Wahrnehmung der Wirklichkeit da zu entsprechendem Wirklichkeitsverlust (in seinem Sinne) bei. Die beiden übergeordneten Systeme implizieren, dass unsere Wirklichkeitswahrnehmung primär - wenn nicht ausschließlich - konform mit den (Macht-)Interessen dieser beiden Systeme und somit den beiden Systemen selbst geht.

5.6. Die Propaganda-Abhängigkeiten im Krieg

Für unsere Wirklichkeitswahrnehmung zu Kriegszeiten, die „in den meisten Fällen wenig oder überhaupt keine Beziehung zu dem hatte, was wirklich geschehen war“⁶⁰, ergeben sich, so Phillip Knightley⁶¹, resümierend die folgenden Filtermechanismen⁶²:

1. Jede Regierung will in Kriegszeiten die Medien kontrollieren, um die öffentliche Unterstützung für ihre Kriegsziele sicherzustellen.
2. Wenn nötig, belügt die Regierung die Medien, um diese Kontrolle zu erzielen.
3. Viele Kriegsberichtersteller schließen sich diesen Lügen aus Patriotismus, persönlicher Überzeugung oder Ehrgeiz an.
4. Die Medienbosse schließen sich diesen Lügen ebenfalls an, weil sie selbst in Kriegen, in die ihr eigenes Land nicht verwickelt ist - gewöhnlich davon ausgehen, dass ihren kommerziellen Interessen am Besten gedient ist, wenn sie die gerade amtierende Regierung unterstützen.
5. Wenn die Regierungskontrolle über die Medien nicht zu funktionieren scheint, wendet sich die Regierung über die Köpfe der Kriegsberichtersteller hinweg direkt an ihr Volk - mittels "Spin Doctors", professionellen Propagandisten und Public-Relation-Gurus, um die öffentliche Meinung zu manipulieren.

Es sollte daher (aufgrund des fast „kalkulierbaren“ Zusammenspiels von *macht-demokratischer* und *macht-medialer* Propagandamaschinerie), formulierte der Autor des Buches „Das erste Opfer ist die Wahrheit“, Philipp Knightley, bereits am 24.04.2000, annähernd vorhersehbar sein, wie über zukünftige Kriege berichtet werden wird⁶³. Und bis zum heutigen Tage behielt er hiermit Recht:

1. Obwohl das Recht selten auf einer Seite ist, werden die Medien diesen Krieg in den schillernden Kategorien von gut und böse darstellen.
2. Die böse Seite wird dämonisiert, ihr Führer als verrückt, blutrünstig und unmenschlich dargestellt, als ein moderner Hitler.

⁶⁰ Phillip Knightley: Das erste Opfer ist die Wahrheit: Kriegsberichterstattung unter Beschuss; im Internet unter <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/8072/1.html>, Stand: 30.11.2002

⁶¹ Phillip Knightley, Journalist und Historiker war von 1965 bis 1982 Sonderkorrespondent für die Sunday Times in London. Sein mit Preisen ausgezeichnetes Buch über Kriegsberichterstattung, erstmals 1975 veröffentlicht, trug viel zur Entromantisierung der Kriegsberichterstattung bei. Eine Neuauflage des Buches wurde jüngst unter dem Titel "Das erste Opfer: Der Kriegsberichtersteller als Held und Produzent von Mythen, von der Krim bis Kosovo" von Proin Books in London veröffentlicht.

⁶² Ebd.

⁶³ Ebd.

3. Die gute Seite wird als Retterin der Zivilisation dargestellt, humanitär, voll Sorge und Mitleid, durch die Barbarei der anderen Seite gezwungen zu handeln.
4. Ungeachtet der Tatsache, dass es in allen Kriegen Gräueltaten auf allen Seiten gibt, werden alte Geschichten über Gräueltaten entstaubt und recycelt. Nach dem Krieg werden viele der haarsträubendsten Geschichten wieder zurückgenommen. Während des Krieges war es nahezu unmöglich gewesen, sie zu überprüfen.

Damit die Kriegsberichterstatter nicht aus der Reihe zu tanzen vermögen und die Wahrheit erzählen, so wie sie diese für richtig halten, damit Kriegsberichterstatter also auch direkt mit beeinflusst werden können, haben die Militärs einen Leitfaden, der nach jedem Krieg aktualisiert wird, um die Nachrichten zu Kriegszeiten in Ordnung zu halten⁶⁴.

Er folgt elementaren Grundsätzen:

- Zeige dich offen, transparent und hilfsbereit.
- Gehe niemals zu geballter Repression oder direkter Kontrolle über.
- Erkläre unerwünschte Nachrichten lieber für null und nichtig, als sie zu verheimlichen.
- Kontrolliere eher die Betonung als die Fakten.
- Gleiche schlechte Nachrichten durch gute aus.
- Lüge nur dann unmittelbar, wenn sicher ist, dass die Lüge während des Kriegsverlaufs nicht auffliegt.

In den seltensten Fällen ist jedoch tatsächlich jemand aus der Reihe getanz⁶⁵:

„Die meisten Berichterstatter zu fast allen Zeiten waren entweder Komplizen bei der Darstellung des Krieges in der Art und Weise, wie ich es beschrieben habe, oder waren aus vielen Gründen gezwungen, sich der Mehrheit anzuschließen. Das trifft besonders auf Kriege zu, in die ihr eigenes Land involviert ist. Eine Rechtfertigung - eine verständliche - gab Max Hasting, der Vater des Londoner Zeitungsherausgebers, ein bekannter Kriegsberichterstatter im Zweiten Weltkrieg: "Wenn die eigene Nation im Krieg ist, wird Berichterstattung eine Erweiterung der Kriegsanstrengungen." Er fügte hinzu, dass die Objektivität wieder in Mode kommen kann, wenn das Schießen vorbei ist.“

Um dieses Zusammenspiel von *Macht, Medien und Marketing*, also PR, soll es - in Bezug auf Propaganda - im nächsten Kapitel gehen. Anhand von Beispielen darum, wie dieses Konglomerat die öffentliche Meinung manipuliert.

⁶⁴ Was den Militärs einen ungeheuren Vorteil der freien Presse gegenüber verschafft. Gibt es einen solch „geplanten Lerneffekt“ unter Kriegsjournalisten, die immer wieder neu in Kriesegebiete entsandt werden, doch nicht.

⁶⁵ Philipp Knightley: Das erste Opfer ist die Wahrheit: Kriegsberichterstattung unter Beschuss; im Internet unter <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/8072/1.html>, Stand: 30.11.2002

6. Propaganda und Krieg

Der Krieg gegen Jugoslawien begann mit einer Lüge: "Wir führen keinen Krieg" ließ Bundeskanzler Gerhard Schröder am 24. März 1999 in seiner Regierungserklärung die Nation wissen, vielmehr handele es sich um eine "Militäraktion" oder nach NATO-Jargon um eine "Luftkampagne. Die von Regierungsvertretern, PR-Agenturen und Pressestellen der kriegführenden NATO-Verbündeten zum Zweck der Kriegslegitimierung kreierten und über die Massenmedien gestreuten Begriffe wie die der "humanitären Intervention", der „Erfolge“ (unter denen man Angriffe verstand) oder der „entschlosseneren Umsetzungen“ (worunter man stärkere Bombardements verstand) gaben ganz nach dem Motto "Wenn sie von Frieden reden, meinen sie Krieg" den deutlichen Hinweis: Es wird Krieg geführt - in diesem Falle gegen die Bundesrepublik Jugoslawien. Und dies ohne internationales Mandat⁶⁶. Zugleich handelte es sich um einen "(Des-)Informationskrieg" an der "Heimatfront". Diese Seite des Krieges haben wir als Nachrichtenkonsumenten und Konsumentinnen eindrucksvoll erfahren müssen. Auf nahezu allen Fernsehkanälen die gleichen Bilder, im Radio die gleichen Stimmen und in den Kommentaren der Tagespresse sich wiederholendes Vokabular und auffallend ähnliche Meinungen zur Notwendigkeit der Bombardierungen. Eine Verschwörung? Gleichschaltung? Staatliche Zensur? Oder einfach nur die bekannte Ignoranz und Oberflächlichkeit der meinungsbildenden Medienindustrie?

6.1. Der Irak-Krieg

Waren es bei der Destabilisierung von missliebigen Regierungen und der Aufstandsbekämpfung in Lateinamerika überwiegend CIA-Agenten, die durch gezielte Falschmeldungen US-Interventionen legitimieren sollten, wurde zur Vorbereitung des Kriegs gegen Irak eine der größten PR-Agentur in den USA unter Vertrag genommen⁶⁷. Ausgestattet mit einem Budget von 10,7 Mio. \$ startete die PR-Agentur Hill & Knowlton 1990 einen Propagandafeldzug für die "Befreiung" Kuwaits. Höhepunkt der in der Geschichte wohl erfolgreichsten PR-Kampagne war eine gezielte Lüge, die von der Bush-Administration und der kuwaitischen Regierung gestreut wurde. Am 10. Oktober 1990 schilderte vor dem Menschenrechtsausschuss des US-Kongresses die 15-jährige Kuwaiterin Nayirah unter Tränen die Gräueltaten irakischer Soldaten. Diese hätten in einem kuwaitischen Krankenhaus 15 Babys aus Brutkästen gerissen, auf den Boden geworfen und dort sterben lassen. Die Brutkästen seien entwendet worden.

Aus anderen Krankenhäusern wurden ähnliche Vorfälle geschildert, so dass unter anderem Amnesty International 312 auf diese Weise getötete Babys und gestohlene Brutkästen zählte (Amnesty International dementierte diese

⁶⁶ Ulrike Kaiser: Kriegs-Parteien (Kosovokrieg). In: Journalist. Das deutsche Medienmagazin, Ausgabe 05/1999, Seiten 26 - 30

⁶⁷ Mira Beham: Kriegstrommeln, München 1996, Seiten 101 - 121

Angabe später). Präsident Bush griff die Gräueltat in seiner Kriegskampagne immer wieder auf, so dass der zunächst kritiklos US-Senat der Intervention zustimmte und durch die mediale Aufbereitung der Geschichte auch innerhalb der US-Gesellschaft ein Meinungsumschwung zu verzeichnen war.

Im Januar 1992 wurde die Identität der jungen Zeugin enthüllt - es handelte sich um die Tochter von Saud Nasir al-Sabah, dem kuwaitischen Botschafter in den USA. Das Mädchen war von Hill & Knowlton professionell als Zeugin aufgebaut worden. Präsident der PR-Agentur war Craig Fuller, Bush-Anhänger und dessen ehemaliger Stabschef. Weitere Untersuchungen ergaben, dass kuwaitische Ärzte offensichtlich gelogen hatten und die vorgeblich entwendeten Brutkästen an ihren Plätzen standen. Des Weiteren wurde recherchiert, dass Untersuchungen stattgefunden hatten, mit deren Hilfe ermittelt worden war, welche Meldungen Menschen besonders erregte. Ergebnis war, dass die befragte Bevölkerungsgruppe sehr heftig auf Baby-Gräueltat reagiert hatte. Die Propagandalüge war 1992 widerlegt, der Krieg jedoch war bereits Vergangenheit⁶⁸.

Am 29. Februar 1992, dem Jahrestag des offiziellen Kriegsendes am Golf, sprach das Internationale Tribunal für Kriegsverbrechen unter Vorsitz von 21 Richterinnen und Richtern aus 16 Staaten der Welt in New York die Regierung der USA in allen 19 Anklagepunkten für schuldig. Punkt 18 der Anklageschrift lautete: „Präsident Bush hat die Berichterstattung in der Presse und den Massenmedien systematisch manipuliert, kontrolliert, gelenkt, falsch informiert und eingeschränkt, um propagandistische Unterstützung für seine militärischen und politischen Ziele zu erhalten.“⁶⁹ Nicht zu befanden hatte das Tribunal darüber, wieso sich eine demokratische Presse zum Handlanger einer Kriegspolitik machen lässt.

6.2. Der Jugoslawien-Krieg

Als 1992 die Brutkastenlüge publik wurde und mensch denken mochte, "gebranntes Kind (das heißt, in diesem Fall: JournalistInnen) scheut das Feuer", war bereits eine andere PR-Agentur damit betraut, das Image Kroatiens, Bosnien-Herzegowinas und der kosovarischen Opposition zu fördern und die serbische Position in Miskredit zu bringen.

⁶⁸ Nach einem Bericht der Zeitschrift "Covert Action Quarterly" (CAQ) vom 26. Februar 1998 (Johan Carlisle: Public Relationships: Hill & Knowlton, Robert Gray, and the CIA, In: Covert Action Quarterly, Spring 1993 Issue (Number 44); im Internet unter <http://mediafilter.org/caq/Hill&Knowlton.html>, Stand: 30.11.2002) bestanden auch zwischen der Clinton-Administration und H&K engste Verbindungen. Die früheren H&K-Köpfe Howard Paster und Lauri Fitz-Pegado arbeiteten im Stab von Clinton, und der frühere Mitarbeiter des Weißen Hauses, Thomas Hoog, ist nun Leiter des Washingtoner Büros von H&K. Auch zur CIA pflegt H&K einen regen Austausch. Insbesondere Robert Keith Gray, der das H&K-Büro in Washington aufbaute und über 30 Jahre leitete hatte, verfügt laut "CAQ" über beste Kontakte zur Führungsebene des Geheimdienstes.

⁶⁹ Mira Beham: Kriegstrommeln, München 1996, Seiten 120 - 121

Der Direktor von Ruder Finn Global Public Affairs, James Harff, erklärte in einem Interview, wie seine PR-Agentur diesen Auftrag anging⁷⁰:

"Das ist ganz einfach. Unser Arbeitsgerät besteht im Wesentlichen aus einer Kartei, einem Computer und einem Fax. Die Kartei enthält die Namen von einigen Hundert Journalisten, Politikern, Repräsentanten humanitärer Organisationen und Universitätsangehörigen."

Als den größten Erfolg ihrer Kampagne beschreibt er: "Dass es uns gelungen ist, die Juden auf unsere Seite zu ziehen." Vor dem Hintergrund, dass Antisemitismus in Kroatien und Bosnien nicht nur ein historisches Phänomen ist, sondern vertreten durch die ehemaligen Präsidenten Tudjman und Izetbegovic auch im heutigen politischen Diskurs prägend ist, war dies keine leichte Aufgabe.

"Die jüdischen Intellektuellen und Organisationen hatten daher allen Grund, den Kroaten und Bosniern feindlich gesinnt zu sein. Diese Tatsachenlage umzukehren, das war für uns eine Herausforderung. Wir haben das meisterhaft geschafft, und zwar zwischen dem 2. und 5. August 1992, als die New Yorker 'Newsday' die Sache mit den Lagern herausbrachte. (...) Wir sind sofort auf den Zug aufgesprungen. Im Handumdrehen konnten wir die Serben in der öffentlichen Meinung mit den Nazis gleichsetzen."⁷¹

Und James Harff fährt fort, dass die Medien von nun an ihren Sprachgebrauch wandelten und emotional stark aufgeladene Begriffe benutzten wie "ethnische Säuberung, Konzentrationslager usw., bei denen man an Nazi-Deutschland, Gaskammern und Auschwitz denkt."⁷²

Die Aktivitäten Ruder Finn's in der Republik Bosnien-Herzegowina umfassten unter anderem:

- die Einrichtung eines "Bosnia Crisis Communication Center" im Büro von Ruder Finn mit Kontakten zu amerikanischen, englischen und französischen Medien,
- die Ausarbeitung eines in sich stimmigen Paketes von Aussagen und Botschaften, die in Gesprächen angewendet und ständig wiederholt werden sollten,
- den Aufbau eines Fax-Netztes für internationale Bosnien-Berater. Zu dem Netz von Kontakten, das Ruder Finn gelegt hat, gehörten auch humanitäre Organisationen und wissenschaftliche Einrichtungen,
- die Formulierung und Platzierung von Leitartikeln in "New York Times", "Washington Post", "USA Today" und "Wall Street Journal".

Für die Propagandakampagne zur Unterstützung der Separationsbestrebungen des Kosovo konnte Ruder Finn somit auf reichhaltige Erfahrung und

⁷⁰ Merlino, Jacques: Da haben wir voll ins Schwarze getroffen. In: Bittermann, Klaus: Serbien muß sterben, Edition Tiamat 1994, S. 153 ff

⁷¹ Ebd., S. 153 ff

⁷² Ebd., S. 153 ff

Vorarbeit zurückgreifen. Die Agentur organisierte 1995 zwei Delegationen mit US-Kongressabgeordneten in den Kosovo und vier Reisen Rugovas in die USA, wo er unter anderem auf Cristopher, Albright und Gore traf. Unterstützt wurde die Kampagne von den albanischen Gemeinden insbesondere in New York, Chicago und dem Mittleren Westen, wo die jeweiligen Kongressabgeordneten für die albanischen Bestrebungen gewonnen wurden. Über 300 Kongressabgeordnete, ausländische Politiker und Journalisten, Vertreter von Menschenrechtsorganisationen und Nachrichtenagenturen wurden von Ruder Finn mit Informationen über die Situation im Kosovo und mit Statistiken über Gewalttaten gegen die albanische Bevölkerung versorgt - selbstredend ausschließlich aus der Sicht der Kosovo-Albaner. Als ihren Erfolg verbuchte Ruder Finn, dass bis 1995 in den wichtigsten Publikationen der USA über 250 Artikel erschienen und 43 Interviews im nationalen und internationalen Fernsehen ausgestrahlt wurden.

Vor diesem Hintergrund verwundert es nicht, dass nach einer Untersuchung⁷³ von William Dorich vom 16. Februar 1999 in den letzten sieben Jahren etwa 8.000 Artikel über Bosnien und Kosovo in der Los Angeles Times veröffentlicht wurden, wovon nicht einer dieser Artikel von einem serbischen Journalisten, Autor oder politischem Führer stammte. Dr. Alex Dragnich, ein serbischer Gelehrter, Autor von acht Büchern über die Geschichte und Politik des Balkan und früherer Kulturattaché der US-amerikanischen Botschaft in Belgrad, reichte seit 1992 zweiundvierzig Artikel bei der "New York Times" ein, nicht einer erschien. Auf der anderen Seite wurden Serben öffentlich als "mörderische Arschlöcher" (Richard Holbrooke), als "ungebildet und degeneriert" (Senator Biden) oder als "Schweine" (Kongressabgeordneter Obey) bezeichnet.

6.3. Der Informationskrieg

Die Bedeutung der Herrschaft über Informationen - insbesondere in Vorbereitung und Einstimmung auf kriegerische Aktionen - erklärte Adolf Hitler am 10. November 1938, als die Synagogen noch brannten, vor der deutschen Presse:

"Dazu war es aber notwendig, nicht etwa nun die Gewalt als solche zu propagieren, sondern es war notwendig, dem deutschen Volk bestimmte außenpolitische Vorgänge so zu beleuchten, dass im Gehirn der breiten Masse des Volkes ganz automatisch allmählich die Überzeugung ausgelöst wurde: Wenn man das eben nicht im Guten abstellen kann, dann muss es mit Gewalt abgestellt werden; so kann es aber auf keinen Fall weitergehen."⁷⁴

Nun verfügen weder die USA noch die BRD über ein institutionalisiertes Propagandaministerium. Diese Tatsache ändert jedoch nichts daran, dass der Informationspolitik weiterhin und in zunehmendem Maße Beachtung

⁷³ William Dorich Studie im Internet unter http://www.suc.org/news/world_articles/Dorich021699.html, Stand: 30.11.2002

⁷⁴ Adolf Hitler, 1938 (vorgetragen bei der Veranstaltung '100 Mann und ein Befehl - Nie wieder ohne uns!' am 23.2.2002 im Kölner Schauspielhaus)

geschenkt wird. So ist nach Meinung der Medienwissenschaftlerin Elvira Claßen die militärischpolitische Informations-Intervention nie zuvor so vielschichtig und umfassend, so aggressiv und effektiv wie während dieses Krieges gewesen.⁷⁵

Eine der Lehren des Vietnamkriegs war für die US-Administration und Militärs, dass der freien journalistischen Interpretation von Bildern aus Kriegsgebieten entgegengewirkt werden muss, da die Kriegsbereitschaft der heimischen Bevölkerung dadurch unterwandert werden könne. So erklärte der NATO-Sprecher Jamie Shea die JournalistInnen kurzerhand zu Soldaten⁷⁶:

"Kosovo war der erste Medienkrieg. (...) Die Journalisten waren gleichsam Soldaten in dem Sinne, dass sie der Öffentlichkeit erklären mussten, warum dieser Krieg wichtig war. Es gehörte zu meinen Aufgaben, sie zu munitionieren, die Lauterkeit unserer Kriegsmotive und unserer Aktionen zu zeigen."

Minister Scharping behandelte JournalistInnen ganz im Sinne Sheas wie Soldaten und forderte sie auf Pressekonferenzen auf, zu gezeigten Fotos "genau das zu beschreiben, was auch er daraus erkenne. Zwischenfragen wurden nicht geduldet. In dieser Situation erreicht der Propaganda-Apparat der Regierung eine neue Qualität", erläutert Albrecht Reinhardt, Chef der Programmgruppe Ausland des WDR. Diese neue Qualität der Propaganda ist integraler Bestandteil psychologischer Kriegsführung. In der US-Armee heißt die zuständige Einheit Psychological Operations (PSYOPS), in der Bundeswehr "Truppe für Operative Information" (OplInfo). Scharping als oberster Chef der Truppe handelte ganz nach deren Maxime, die in der Konzeption über die Aufgaben der OplInfo dargestellt ist:

"Massenkommunikationsmittel können Verlauf und Ausgang von Konflikten entscheidend beeinflussen. Wer über solche Mittel verfügt, wird sie zu seinem Nutzen und zum Schaden des Gegners einsetzen. Propaganda, Desinformation und Manipulation von Meinungen sind Teil des Kampfes um und mit Information. In einem Klima einseitiger Information und eingeschränkter Informationsmöglichkeit kann politische, ethnische, religiöse und anders geartete Ideologisierung bis hin zur Gewaltbereitschaft gedeihen."⁷⁷

Wie journalistischer Opportunismus an der "Heimatfront" geschaffen wurde und funktionierte, wurde z.B. auf der Pressekonferenz des Bundesministers Scharping am 16. April 1999 vorgeführt⁷⁸:

"Welche Konsequenzen sind denn aus der Panne von vorgestern gezogen worden?", fragte dort ein Journalist. Mit der "Panne" war die NATO-Bombardierung eines Flüchtlingstrecks gemeint - die Toten fanden in derlei Fällen keinerlei Erwähnung, vielmehr vermutete einer der anwesenden Journalisten hinter den Fernhebildern ein serbisches Machwerk, als er fragte:

⁷⁵ Elvira Claßen: Information Warfare. Information als Ware – Informationsmanagement als Waffe, In: antimilitarismus information 10/1998

⁷⁶ "Der Krieg und ein fauler Frieden"; ARD-Dokumentation vom 29.10.1999

⁷⁷ Europäische Sicherheit, Ausgabe Juli 1999

⁷⁸ zit. nach: www.bundeswehr.de/kosovo/pk_t_990416.htm, Stand: 1.5.1999

"Heißt das dann nicht, dass hier von Seiten der Serben Propaganda gemacht wird, Herr Minister?"

Doch so einfach konnte die Wahrheit in diesem Fall nicht verdreht werden, und auf die Frage, ob die Kriegszustimmung in der Öffentlichkeit durch Bombenangriffe auf die Zivilbevölkerung nicht in Gefahr gerate, antwortete Scharping:

"Ich würde sie bitten, in einer Frage nicht eine Feststellung zu verstecken, die z. Zt. niemand wirklich genau verifizieren kann. (...) Ich finde, wir sollten da alle etwas vorsichtiger sein und deshalb auch, weil wir es hier mit einer Propagandamaschinerie zu tun haben, die ihre Funktionstüchtigkeit und ihre absolute Unwahrhaftigkeit gleichermaßen schon einige Male unter Beweis gestellt hat. (...) Ich weiß um die Wirksamkeit von solchen Bildern, und vor diesem Hintergrund, so tragisch das Ganze ist, solange es nicht vollständig aufgeklärt ist, denke ich, sollten wir vorsichtig damit umgehen."

Ein sehr guter Rat des Ministers, den er selbst wenige Minuten zuvor Punkt für Punkt mit wilden Gerüchten über angebliche Gräueltaten der Jugoslawischen Armee ad absurdum geführt hatte.

Im Zusammenhang mit Aufklärungsfotos schilderte Scharping den versammelten Journalisten und Journalistinnen Vorgänge, "die für einen normalen menschlichen Kopf extrem schwierig auszuhalten sind. Wenn beispielsweise erzählt wird, dass man einer getöteten Schwangeren den Fötus aus dem Leib schneidet, um ihn zu grillen und dann wieder in den aufgeschnittenen Bauch zu legen; wenn man hört, dass systematisch Gliedmaßen und Köpfe abgeschnitten werden; wenn man hört, dass manchmal mit den Köpfen Fußball gespielt wird, dann können sie sich vorstellen, dass sich da einem der Magen umdreht."

Diese an die Brutkastenlüge erinnernde Geschichte beruhte, wie Scharping selbst betonte, auf ungeprüften Erzählungen. Ebenso ungeprüft wurde insbesondere von Außenminister Fischer das vermeintliche Massaker von Racak am 15. Januar 1999 als Gräueltat der Serben in die Öffentlichkeit getragen. Er habe sich schon in vielen Kriegsgebieten aufgehalten und viel gesehen, aber Racak sei "das Schrecklichste, was er in seinem Leben gesehen habe", erklärte vor laufenden Kameras William Graham Walker, ehemaliger Chef der OSZE-Mission im Kosovo. Auf einen schlüssigen Bericht der Untersuchungskommission zu Racak wartet die kritische Öffentlichkeit bis heute. Die Tagesthemen vom 23. März 2000 fragten dementsprechend kritisch nach Beweisen für die Ermordung von 45 albanischen Zivilisten. Nach den Informationen der Tagesthemen ließen die Autopsieberichte des finnischen Pathologenteams die Version eines Massakers nicht zu. Währenddessen empfing William Walker Ende letzten Jahres vom UCK-Chef Hashim

Thaqi eine goldene Schüssel und unter begeisterten "Walker, Walker"-Rufen die kosovarische Ehrenbürgerschaft.⁷⁹

Der oben bereits zitierte PR-Profi James Harff erklärt den Sinn von Gräuelt- und Horrormeldungen:

"Es ist nicht unsere Aufgabe, Informationen auf ihren Wahrheitsgehalt hin zu überprüfen. (...) Unsere Aufgabe besteht darin, Informationen, die unserer Sache dienlich sind, schneller unter die Leute zu bringen und zu diesem Zweck sorgfältig ausgewählte Zielpersonen anzusprechen. (...) Wir werden nicht dafür bezahlt, Morallehren zu erteilen. Und selbst wenn es darum ginge, hätten wir ein ruhiges Gewissen. Denn sollten sie beweisen wollen, dass die Serben arme Opfer sind, dann versuchen sie es mal, sie werden damit ziemlich allein stehen."

Womit Harff vollständig Recht behält. Nur wenige JournalistInnen hielten es während der regelmäßigen Pressekonferenzen für nötig, nach präziseren Informationen zu fragen. Der antiserbische Mainstream bestimmte das Verhalten.

Albrecht Reinhardt vom WDR resümiert: "In diesem Klima wurden kritische Fragen nach Quellen und Belegen für Massengräber, Massaker, Massenvergewaltigungen, Deportationen und Konzentrationslagern mit der Rechtfertigung des Kriegsgegners gleichgesetzt (...) die vielleicht gefährlichste Entwicklung für den Journalismus, die aus diesem Krieg auf dem Balkan resultiert."⁸⁰

Die Wirkung dieser Informationspolitik wurde noch bekräftigt durch die scheinbare publizistische Vielfalt der täglichen Desinformation.

Die JournalistInnen fungierten in der Propagandamaschinerie primär nicht als die "Fälscher" von Nachrichten, sondern vielmehr als die Verbreiter derselben. Die Prüfung auf den Wahrheitsgehalt von Meldungen, ein im deutschen Pressekodex von 1996 verankerter Grundsatz, wurde regelmäßig unterlassen zu Gunsten eines diskursiven Opportunismus. Protestaktionen, Demonstrationen und Stellungnahmen von KriegsgegnerInnen fanden keinerlei Niederschlag in den Medien, es wurde vielmehr der Abgesang der Friedensbewegung attestiert.

Über die größte Erfahrung im Bereich psychologischer Kriegsführung verfügen sicherlich die USA. Aber auch in der BRD wird wissenschaftlich an diesem Thema gearbeitet. Die Industrie- und Anlagenberatungsgesellschaft (IABG) in Ottobrunn versteht sich als Think Tank und TÜV für Informationssysteme sowie Waffensysteme. 50% der Aufträge erhält der Betrieb mit seinen 13.000 MitarbeiterInnen von militärischer Seite. In einem Interview im November 1998 beschreibt Wolfgang Haas, Programm-Manager des Bereichs Führung,

⁷⁹ Jungle World Nr. 46 vom 10. November 1999

⁸⁰ Menschen machen Medien, Zeitschrift der IG Medien; Nr. 7 Juli '99

Information und Kommunikation der IABG, den Zielbereich von Informationspolitik:

"Das Ziel ist, dass man überlegene Informationen in Konflikten in allen Bereichen hat, und da spielt natürlich nicht nur die Information, die mit Hilfe der Technik gewonnen wird, eine Rolle, sondern auch die Kenntnis der psychologischen Lage des Kontrahenten und die Einflussnahme auf die Einschätzung der Situation durch die interessierte Öffentlichkeit. Das heißt, Information Warfare ist sehr stark ein Phänomen, das auch auf die psychologische Ebene zielt. Neben den technischen Einwirkungen sind also die Einwirkungen direkt auf die Psyche des Menschen, also das, was man früher als psychologische Kriegsführung und Propaganda bezeichnet hat, bedeutend."⁸¹

Dass wir es auch zukünftig mit einer vermutlich noch subtileren Propaganda zu tun haben werden, kündigte General a. D. Klaus Naumann in einem Beitrag in der Ausgabe 11/1999 der "Truppenpraxis" an: "Aber es ist ja wohl richtig, dass wir nach einem solchen Konflikt feststellen: Das machen wir beim nächsten Mal besser. Denn der nächste Konflikt wird kommen."

⁸¹ Stefan Krempel: Infowar und Kriegsstrategie der Bundeswehr. Ein Gespräch mit Wolfgang Haas, Programm-Manager des Bereichs Führung, Information und Kommunikation bei der IABG; im Internet unter <http://gib.squat.net/infowar/bundeswehr.html>, Stand: 30.11.2002

7. Schlussbetrachtungen

Bei dem Krieg, den Amerika erklärt hat, weiß keiner, gegen wen man eigentlich Krieg führt. Keiner weiß, wo der Feind ist und wie der Feind aussieht. Gleichschaltung... das ist genau das richtige Wort für diese Haltung. Hier in Amerika benutzen alle Medien ausnahmslos dieselbe Sprache, kritiklos nehmen sie an, was von oben kommt, als wäre es eine Diktatur. Sie hören in den amerikanischen Medien nichts von den kritischen Stimmen. Kein einziges Wort von Kritik, nichts. Alle plappern dasselbe nach, man kann nicht mehr den Fernseher anstellen, weil man denselben Quatsch von morgens bis abends hört, dieselbe patriotische Fahnenwedelei. Die Reporter sind nicht am Kriegsort, sie sehen nichts, sie hören nichts, sie plappern nach, was die offiziellen Sprecher ihnen vorsagen. Es ist schlecht für einen demokratischen Staat, wenn er vollkommen kritiklos dasteht. Es handelt sich ja nicht nur darum, ob Unschuldige getötet werden oder nicht. Das ist eine wichtige moralische Frage, aber es gibt noch ganz andere Fragen, zum Beispiel: Ist das überhaupt eine effektive Art, Terrorismus zu bekämpfen?⁸²

Zur „Rolle der Medien in der Demokratie“ gibt es eine Lehrmeinung. Sie hatte zum Beispiel der Oberste Bundesrichter der Vereinigten Staaten von Amerika, Powell, im Sinn, als er feststellte, die Medien seien unverzichtbar dafür, dass das Volk die Politik wirksam kontrollieren kann. Damit kommt, wie durch die Pressefreiheit auch in unserem Grundgesetz fixiert, zum Ausdruck, dass in einer Demokratie freier Zugang zu Informationen, Medien und Gedanken herrschen muss; was für das gesamte Geistesleben gilt. Die Medien kontrollieren also im Auftrag des Volkes die Politik.

Oder besser gesagt: Sie sollten es. Wenn auch in Deutschland noch nicht in diesem Masse, lässt sich nach meinen Nachforschungen und Recherchen doch zumindest in Bezug auf Amerika feststellen, dass die dortigen Medien dies unlängst kaum mehr tun. Vielmehr sind sie so sehr abhängig von einer Reihe systemimmanenter und wirtschaftlicher Einflussfaktoren wie den Interessen ihrer Besitzer und der bereits vorherrschenden, stereotypen Meinung im Volk, dass es Regierungen und Mächtigen in den letzten Jahren ein – relativ – Leichtes gewesen ist, unter Zuhilfenahme dieser die Presse in ihrem Sinne in vollen Zügen zu funktionalisieren, sich bspw. mittels „Spin Doctors“ an dieser vorbei direkt an ihr Volk zu wenden, um dessen Meinung zu manipulieren und somit der Presse ihre „Rahmenbedingungen“ zu stecken, so auch diese gezielt zu desinformieren und desinformieren zu lassen.

*Es bleibt festzuhalten, dass die systemimmanente und kriegstreibende Propaganda besonders im System USA, nicht viel weniger jedoch auch in unserem eigenen Land, unlängst wohl perfektioniert worden ist. Sie greift sowohl die Relation zwischen **Ereignis** (falsche Zeugen vor dem Menschenrechtsausschuss im US-Kongress, falsche Konzentrationslager in Serbien etc. pp.), **Vermittlung** (direkte oder indirekte militärische „Zensur“, gezielte Manipulation von Begriffen und Bildern etc. pp.) und **Bedeutung** (das gezielte Ansprechen von Ängsten, Bedürfnissen etc. pp.) an.*

⁸² Uri Avnery, Gründer der israelischen Friedensgruppe 'Gush Shalom' und Träger des Alternativen Nobelpreises 2001, im WDR-Fernsehen in der Sendung 'Polis' vom 22.10.2001

Vernachlässigt jedoch auch nicht **das übergeordnete System** (vergleiche Einleitung sowie Kapitel 4.1: *Das macht-demokratische Propaganda-Modell*: Regierungen wird Wissen vorbehalten; die Rüstungslobby verfügt über genügend Macht, um die öffentliche Meinung zu beeinflussen; in einem System wirtschaftlich konkurrierender Demokratien liegt Krieg und somit Machtsicherung und -gewinn womöglich von vorn herein in Wirtschafts- und Regierungsinteresse etc. pp.) oder **das Teil-System der Medien** (vergleiche Kapitel 5.1: *Das macht-mediale Propaganda-Modell*: Medien müssen auf die bspw. durch „Spin Doctors“ bereits manipulierten Wahrheiten eingehen; Systeminkonformität bedroht die Existenz eines Medienkonzerns; Medien konkurrieren miteinander, was hin zu Schnelligkeit und Wahrheitsuntreue führt etc. pp.).⁸³

⁸³ Der Widerspruch zwischen maßloser Medienpräsenz und gleichzeitig lückenloser Zensur während des Golfkrieges verwickelte die Öffentlichkeit in eine Situation, die alle Definitionsmerkmale der so genannten Doppelbindung aufweist: Infolge ihres Informationsmonopols bestand eine intensive Abhängigkeit von den Medien, die es besonders wichtig machte, deren Mitteilungen genau zu verstehen, um angemessen darauf reagieren zu können. Mit dem Anspruch, realitätshaltige Informationen zu liefern, bei gleichzeitiger Mitteilung, dass diese Informationen infolge der Zensur unglaubwürdig seien, übermittelten die Medien jedoch zwei widersprüchliche Botschaften, zu denen man wegen des Mangels an unabhängigen Informationsquellen nicht Stellung beziehen, sich aber infolge der Allgegenwart des Krieges auch nicht aus der Situation zurückziehen konnte. Untersuchungen über die Langzeitwirkungen psychologischer Folter haben gezeigt, dass die Zerstörung der Bezugssysteme durch Doppelbindungen einen Prozess der Dehumanisierung bewirkt, zu dessen Symptomen unter anderem selektive Unaufmerksamkeit, ausweichender Skeptizismus und paranoide Abwehrhaltungen gehören, welche die Fähigkeit klar zu denken beeinträchtigen und für das Leid anderer unempfänglich machen. Die Arbeitshypothese lautet, dass die Methoden der psychologischen Einflussnahme, welche den Medienalltag während des Golfkrieges prägten, nicht nur enge strukturelle Verwandtschaft mit den Methoden des psychologischen Terrors aufweisen, sondern dass sie daher (zwar in abgeschwächter Form) auch strukturell dieselben Folgen zeitigen. Diese Folgen sollten mithilfe einer Fragebogenstudie untersucht werden, welche die Autoren (Wilhelm Kempf u. a.) des Buches *Manipulierte Wirklichkeiten. Medienpsychologische Untersuchungen der bundesdeutschen Presseberichterstattung im Golfkrieg von 1996* 9 Monate nach Kriegsende an Studierenden der Universität Konstanz durchgeführt haben. Wesentliches Ergebnis: Das Informationsbedürfnis stieg zu Kriegsbeginn - erwartungsgemäß - steil an, fiel aber nach dem Erlöschen des Interesses und nach dem Krieg und der mit ihm einhergehenden Doppelbindungs-Desinformation so sehr und so stark unter das davor bestehende Informationsbedürfnis, dass dieser Befund durch die wieder eingetretene "Normalisierung" allein nicht erklärt werden kann. Ohnmacht, Hilflosigkeit und Wut nach unwirksamen Aktionen wirken mit der Doppelbindungs-Desinformation ergänzend zusammen, so die Autoren. Das bedeutet konkret: Die Darstellung des Golfkrieges trug dazu bei, die Menschen vor den Bildschirmen dauerhaft für Kriege uninteressierter zu machen.

Aufgrund dieser vielschichtigen Prozesse und Einflussfaktoren auf unsere Wahrnehmung der wirklichen Welt, die jeweils dazu neigen, Tatsachen zu Meinungen zu verfälschen, stellt sich (vergleiche Abbildung 4) die Frage, inwieweit wir als in diesem System und unter diesen Bedingungen agierende Rezipienten überhaupt noch in der Lage sind, die uns umgebende Wirklichkeit als solche wahrzunehmen; inwieweit sie nicht bereits, da stets entweder nicht direkt erlebt oder so vielschichtig durch die übergeordneten Systeme für uns vorstereotypisiert (vergleiche: „Meistens schauen wir nicht zuerst und definieren dann. In dem großen blühenden, summenden Durcheinander der äußeren Welt wählen wir aus, was unsere Kultur bereits für uns definiert hat, und wir neigen dazu, nur das wahrzunehmen, was wir in der Gestalt ausgewählt haben, die unsere Kultur für uns stereotypisiert hat.“⁸⁴) längst gar nicht mehr verstandesgemäß für uns zu erfassen, aus unserem realen Ereignishorizont verschwunden ist.

Ich kann mich daher den letzten Sätzen, der abschließenden Analyse Alfred Sturmingers in seinem Buch „3000 Jahre politische Propaganda“, nicht anschließen:

„Jede Macht [die Propaganda] aber findet ihre Grenzen an der inneren Freiheit des Menschen, sich für oder gegen etwas zu entscheiden. Und mit dieser inneren Freiheit ist jeder Mensch von Natur aus ausgestattet.“⁸⁵

Vielmehr erscheint es mir logisch, die innere Freiheit des Menschen, sich für oder gegen etwas zu entscheiden, von den Informationen, die er über seine äußere Welt zu erlangen vermag zu differenzieren.

Und betrachtet man, dass diese Informationen womöglich, nimmt man an, dass es die tatsächliche, äußere Welt in der Wahrnehmung des Menschen kaum mehr gibt, gegen Null gehen, die anderen Informationen hingegen propagandistisch aufbereitet sind, gelangt man in der Konsequenz zu dem Schluss, dass die Freiheit des Menschen, sich zu entscheiden, auch seine Vernunft, stets nur auf seiner Wahrnehmung der Welt beruhen und insofern durch diese überhaupt erst bedingt sind. Schließlich ist Freiheit etwas, dessen man sich auch bewusst sein muss.

So wird der Weg zu dieser Freiheit, der Weg zur Wirklichkeit, auch schwerlich über Wege der Bekämpfung einzelner Vorurteile, Stereotype also, der Arbeit mit und an einer marginalisierten Öffentlichkeit, systemkonformen Medien oder der Veränderung des Macht- also Konkurrenzprinzips in der kapitalistischen Demokratie zu beschreiten sein. Will man die Freiheit zurückgewinnen, um durch sie möglicherweise Kriege verhüten oder sich einfach für Manipulationen gefeit machen, empfehle ich daher einen anderen Weg; den Weg zum Ursprung zurück, zu unserem Stereotypenmodell⁸⁶:

⁸⁴ Ebd., Seite 63

⁸⁵ Alfred Sturminger: 3000 Jahre politische Propaganda, Wien/München, 1960, Seite 444

⁸⁶ Walter Lippmann: Die öffentliche Meinung, München 1964, Seite 75

„Widerspricht [...] [eine] Erfahrung [...] [nämlich] der Stereotype, geschieht eines von zwei Dingen. Wenn der Mann nicht mehr elastisch genug ist oder ihm ein mächtiges Interesse davon abrät, die Stereotype neu zu ordnen, schafft er den Widerspruch als eine Ausnahme, die die Regel bestätigt, aus der Welt, diskreditiert die Zeugen, findet irgendwo einen Formfehler, und es gelingt ihm, das Ganze zu vergessen. Ist der Betreffende aber noch wissbegierig und aufgeschlossen, so wird die neue Erfahrung in die vorhandene Vorstellung aufgenommen und darf diese abwandeln. Ist der Vorfall ziemlich bemerkenswert und fühlt der Miterlebende ein allgemeines Unbehagen an seinem festgelegten Denkschema, so vermag das Erlebnis ihn so tief zu erschüttern, dass er allen überkommenen Betrachtungsweisen des Lebens misstraut und normalerweise eine Sache nicht mehr dafür ansieht, wofür man sie gewöhnlich hält.“

Eben dies, die Arbeit an der *Struktur unserer Wahrnehmung*, unserem stereotypen System selbst, erscheint mir - da doch der Ursprung hierfür - der einzige Weg fort vom „zunehmenden Verschwinden der Wirklichkeit“ zu sein: Dass Menschen dazu veranlasst werden, ihren „überkommenen Betrachtungsweisen des Lebens“⁸⁷, der Struktur ihrer Vorurteile und inneren Wirklichkeiten, zu misstrauen, so dass ihr Stereotypenmodell „aufgeweicht“ wird.⁸⁸ Und gerade hierzu, „ein allgemeines Unbehagen“ an festgelegten Denkschemata zu erzeugen, um so feste Betrachtungsweisen mit mehr Toleranz überschreiben zu können, das verstandesgemäß vorhandene Vermögen, „durch“ bestehende Systeme hindurch zu schauen, sich in ihnen lebend doch außerhalb von ihnen zu bewegen, zu motivieren, auch aktiv zu werden, sich der Differenz zwischen äußerer und innerer Wirklichkeit einmal bewusst zu werden, eben hierzu hofft diese Arbeit, einen bescheidenen Teil beigetragen zu haben. Oder, um es aus anderer Perspektive, der von Paul Watzlawick⁸⁹, jedoch mit gleicher Intention zu artikulieren⁹⁰:

„Es ist [...] meine Hoffnung, [...] [diese Forschungsarbeit] möge auch einen [...] Zweck erfüllen. Wie bereits angedeutet, ist der Glaube, dass die eigene Sicht der Wirklichkeit die Wirklichkeit schlechthin bedeute, eine gefährliche Wahnidee. Sie wird dann aber noch gefährlicher, wenn sie sich mit der messianischen Berufung verbindet, die Welt dementsprechend aufklären und [- sei es mittels Kriegen oder allgemein -] ordnen zu müssen – gleichgültig, ob die Welt diese Ordnung wünscht oder nicht. Die Weigerung, sich einer bestimmten Definition der Wirklichkeit (zum Beispiel einer Ideologie) zu verschreiben, die »Anmaßung«, die Welt in eigener Sicht zu sehen und auf eigene Façon selig zu werden, wird immer häufiger zum »think-crime« in Orwells Sinne abgestempelt, je mehr wir uns [...] [vom Jahre 1984 entfernen]. Vielleicht kann [...] [diese Arbeit] einen bescheidenen Beitrag dazu leisten, den Blick für bestimmte Formen psychologischer Gewalt [und Manipulation] zu schärfen und so den modernen Gehirnwäschern und selbsternannten Weltbeglückern die Ausübung ihres üblen Handwerkes [...] erschweren.“

⁸⁷ Walter Lippmann: Die öffentliche Meinung, München 1964, Seite 75

⁸⁸ Besteht Wahrheit doch stets aus Vielseitigkeit und bedingt diese zuvor Toleranz.

⁸⁹ Paul Watzlawick, 1921 in Villach/Kärnten geboren, studierte Philosophie und Sprachen. Psychotherapeutische Ausbildung am C. G. Jung-Institut in Zürich. 1957 bis 1960 Professor für Psychotherapie in El Salvador; seit 1960 Forschungsbeauftragter am Mental Research Institute in Palo Alto/Kalifornien. Außerdem lehrte er an der Stanford University. Zahlreiche Veröffentlichungen.

⁹⁰ Paul Watzlawick: Wie wirklich ist die Wirklichkeit? Wahn, Täuschung, Verstehen, München 2001, Seite 9

Um eine solche Schärfung des Geistes und unserer Wahrnehmung jedoch überhaupt erst herbeiführen, Differenzen sichtbar und so Manipulationsanfälligkeiten bewusst machen zu können, bedarf es zuvor »tatsächlicher Wirklichkeit«, Wahrheiten also.

Und womöglich ebenso der Erkenntnis, dass die Intellektuellen der westlichen Welt aufgrund ihrer politischen Freiheit, die sie dem Zugang zu Informationen und dem freien Wort verdanken, prädestiniert zur Aufdeckung von Lügen der Regierungen und deren Handlungen im Hinblick auf Auslöser, Motive und – häufig verborgene – Absichten sind. Ihnen als privilegierter Minderheit verschafft die westliche Demokratie die Muße, das Instrumentarium und die Ausbildung, um hinter den Schleier von Propaganda und Verzerrungen, von Ideologie und Klasseninteressen – durch den allein wir die Dinge der Zeit wahrnehmen dürfen – nach der Wahrheit zu suchen.

Vornehmlich ihrer Verantwortung obliegt es daher, die Wahrheit zu benennen und die Lüge zu demaskieren, ihr Wissen über Universitäten, ggf. Medien und ganze Systeme hinaus in die Gesellschaft zu replizieren.

8. Literaturverzeichnis

8.1. Bücher

Alfred Sturminger: 3000 Jahre politische Propaganda, Wien/München, 1960

Edward S. Herman, Noam Chomsky: Manufacturing Consent. The Political Economy of the Mass Media, Croydon (GB) 1994

Frank Kämpfer: Propaganda, politische Bilder im 20. Jahrhundert. Bildkundliche Essays, Hamburg 1997

John R. MacArthur: Die Schlacht der Lügen, München 1993

M. P. Crozier u. a.: The Crisis of Democracy. Report on the Governability of Democracies to the Trilateral Commission, New York University, 1975

Matthias Küntzel: Der Weg in den Krieg. Deutschland, die Nato und das Kosovo, Berlin, 2000

Mark Achbar: Noam Chomsky – Wege zur intellektuellen Selbstverteidigung, Grafenau 2001

Mira Beham: Kriegstrommeln, München 1996

Noam Chomsky: Necessary Illusions. Thought Control in Democratic Societies, South End 1989

Noam Chomsky: Clintons Vision, Grafenau 1994

Noam Chomsky: Chronicles of Dissent. Interviews with David Barsamian, Monroe (USA), 1992

Paolo Rumiz: Masken für ein Massaker, München 2000

Paul Watzlawick: Wie wirklich ist die Wirklichkeit? Wahn, Täuschung, Verstehen, München 2001

Pierre Salinger, Eric Laurent: Krieg am Golf: das Geheimdossier, München 1991

Ramsey Clark, ehemaliger US-Justizminister: Wüstensturm. US-Kriegsverbrechen am Golf, Göttingen 1995

Walter Lippmann: Die öffentliche Meinung, München 1964

Wilhelm Kempf (Hrsg.): Manipulierte Wirklichkeiten. Medienpsychologische Untersuchungen der bundesdeutschen Presseberichterstattung im Golfkrieg, Münster 1996

8.2. Sonstige Quellen

Andreas Zumach: Weitreichende Bestimmungen im Annex des Kosovo-Abkommens, taz vom 6.4.1999; im Internet unter <http://www.friedenskooperative.de/themen/inter-54.htm>, Stand: 30.11.2002

Bardo Herzig: „Medienehtische Kompetenzen“ im Internet unter <http://dimel.uni-paderborn.de/dimel/grundlagen/medienethik.pdf>

Carmelo Ruiz: Burson-Marsteller: PR for the New World Order, In: Genetically Manipulated Food News; im Internet unter http://www.home.intekom.com/tm_info/ge_bm.htm, Stand: 30.11.2002

Elvira Claßen: Information Warfare. Information als Ware – Informationsmanagement als Waffe, In: antimilitarismus information 10/1998

Heinz Loquai: Die OSZE-Mission im Kosovo, eine ungenutzte Friedenschance?, Blätter für deutsche und internationale Politik, Heft 9/99, Seite 1118

Hendrik Bullens, Fred Schmid und Linda Schneider: Kerneuropa - Keim zur Weltmacht, In: isw-report 23 vom April 1995, Seite 12

Irmgard Rathsmann-Sponsel und Rudolf Sponsel: Dokumente zur Kriegspsychologie: Die Doppelbindung der Medien, In: Internet Publikation für Allgemeine und Integrative Psychotherapie; im Internet unter http://www.sgipt.org/politpsy/krieg/medien/usa_zens.htm, Stand: 30.11.2002

Jan Oberg: "Covering up NATO's Balkan Bombing Blunder (Serbo-Croatian version)", Pressemitteilung Nr. 61 des Friedensforschungsinstituts *Transnational Foundation for Peace and Future Research* (TFF) in Lund/Schweden vom 14.4.1999; im Internet unter <http://www.transnational.org/pressinf/pf61serb.html>, Stand: 30.11.2002

Johan Carlisle: Public Relationships: Hill & Knowlton, Robert Gray, and the CIA, In: *Covert Action Quarterly*, Spring 1993 Issue (Number 44); im Internet unter <http://mediafilter.org/caq/Hill&Knowlton.html>, Stand: 30.11.2002

Jürgen Elsässer: Tödliche Lügen. Spitzenleistung: Im Krieg gegen Jugoslawien war die Bundesregierung an der Propagandafrent international federführend, In: *Konkret*, Heft 05 Mai 2000; im Internet unter <http://www.konkret-verlage.de/redaktion/artikel/a2Jg.php4?para=1019>, Stand: 30.11.2002

Lorenz Engell: Von der Semiologie Saussures zur Semiotik Peirces, In: Manuskript der 3. Vorlesung *Semiotik* im Wintersemester 2001/2002 an der Bauhaus-Universität Weimar; im Internet unter http://www.uni-weimar.de/medien/archiv/ws01_02/semiotik/Semiotik03.pdf, Stand: 30.11.2002

Merlino, Jacques: Da haben wir voll ins Schwarze getroffen. In: Bittermann, Klaus: *Serbien muß sterben*, Edition Tiamat 1994, S. 153 ff

Noam Chomsky: Zur Logik des militärischen Humanismus, *Blätter für deutsche und internationale Politik*, Heft 4/2000, Seite 423

Philipp Knightley: Das erste Opfer ist die Wahrheit: Kriegsberichterstattung unter Beschuss; im Internet unter <http://www.heise.de/tp/deutsch/inhalt/co/8072/1.html>, Stand: 30.11.2002

Roland Heine: Europäer drängen Chef der Kosovo-Mission zum Rücktritt. OSZE-Vertreter: Kein serbisches Massaker in Racak, *Berliner Zeitung* vom 13.03.1999; im Internet unter <http://www.berlinonline.de/wissen/berliner-zeitung/.bin/dump.fcgi/1999/0313/politik/0070/index.html>, Stand: 30.11.2002

Stefan Krempf: Infowar und Kriegsstrategie der Bundeswehr. Ein Gespräch mit Wolfgang Haas, Programm-Manager des Bereichs Führung, Information und Kommunikation bei der IABG; im Internet unter <http://gib.squat.net/infowar/bundeswehr.html>, Stand: 30.11.2002

Thomas Deichmann: Wie in Deutschland Demokratie sabotiert wird. Kriegstreiberei in Rambouillet und der Pakt zwischen Politik und Medien, In: *Novo*, Heft 41 vom Juli/August 1999; im Internet unter <http://www.novo-magazin.de/41/novo4114.htm>, Stand: 30.11.2002

Ulrike Kaiser: Kriegs-Parteien (Kosovokrieg). In: *Journalist. Das deutsche Medienmagazin*, Ausgabe 05/1999, Seiten 26 - 30

Ursel Fuchs: Propaganda Strategy of Gen-Multis leaked out, In: *Genetically Manipulated Food News*; im Internet unter http://www.home.intekom.com/tm_info/rw80119.htm, Stand: 30.11.2002

William Dorich's Studie im Internet unter http://www.suc.org/news/world_articles/Dorich021699.html, Stand: 30.11.2002

Zeitschrift: **Europäische Sicherheit**, Ausgabe Juli 1999

Zeitschrift: **Jungle World** Nr. 46 vom 10. November 1999

Zeitschrift: **Menschen machen Medien**, Zeitschrift der IG Medien; Nr. 7 Juli '99

Zeitschrift: **Information für die Truppe**. Zeitschrift für Innere Führung, Ausgabe 9/92, Bonn 1992, Seiten 29 – 33

Zeitschrift: **Extra! The Magazine of FAIR – The Media Watch Group** (Special Gulf War Issue, 1991): TV: The More You Watch, the Less You Know, im Internet unter <http://www.fair.org/extra/best-of-extra/gulf-war-watch-tv.html>, Stand: 30.11.2002

Transkript: **Panorama-Sendung vom 15.4.1999 „Wahrheit, Zensur, Propaganda“** unter <http://www.ndrtv.de/panorama/archiv/19990415.html>

Protokoll: **Plenarprotokoll 14/31 der 31. Sitzung des Bundestages** vom Freitag, den 26.03.1999, Seite 2584; im Internet unter <http://dip.bundestag.de/btp/14/14031.pdf>, Stand: 30.11.2002

TV: **ARD-Dokumentation** "Der Krieg und ein fauler Frieden" vom 29.10.1999

TV: **'Polis'-Magazin** im WDR-Fernsehen vom 22.10.2001

Video: **Operation Wüstensturm. The Victory – Der Sieg**, CNN, 1991

Video: **Operation Wüstenschild. Der Krieg beginnt**, CNN, 1991

Video: **Operation Wüstensturm**, GB, 1997

Video: **Die wahre Geschichte des Golfkriegs**, D/FR, 2000

8.3. Weiterführendes Material

Artikel: **„Der Informationskrieg“** vom „Gegeninformationsbüro Berlin“ zu bundesdeutscher Kriegsrhetorik unter <http://www.nadir.org/nadir/aktuell/2000/03/11/607.html>

Artikel: **„Was beweist das Video?“** der Gesellschaft für Allgemeine und Integrative Psychotherapie zur Al-Qaida als Fata-Morgana der CIA unter <http://www.sgipt.org/politpsy/usa/beweis4.htm>

Artikel: **„Die al-qaidisch-ladinistische Weltverschwörung“** von heise.de unter <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/wtc/11242/1.html>

Artikel: **„Ermittlungen gegen Nuklear-Terroristen. Die Zweifel mehren sich“** des Spiegels zur Verletzung der Grundrechte amerikanischer Bürger unter <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,200507,00.html>

Artikel: **„Der Krieg geht weiter“** zu amerikanischen Ölinteressen in Afghanistan unter <http://www.kein-blut-fuer-oel.de/mitte/oelk.html>

Artikel: **„Neue US-Sicherheitsdorktin – Bush flirtet mit dem Nuklearfeuer“** des Spiegels unter <http://www.spiegel.de/politik/deutschland/0,1518,201796,00.html>

Artikel: **„Das »stille Massaker«. Krieg und Embargo gegen den Irak – ein Verbrechen gegen die Menschlichkeit“** unter <http://www.friedensnetz.de/Heidelberg/irak.htm>

Artikel: **„Articles about lies, concealments and deceptions“** zur Entmenschlichung von AP-Bildern durch CNN unter <http://www.whatreallyhappened.com/articleslies.html>

Artikel: **„Internationales Strafgericht. US-Kongress droht Niederlanden mit Invasion“** des Spiegels unter <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,200430,00.html>

Internetprojekt: **Kein Krieg! - Information und Reflexion - über die Anschläge von New York und Washington sowie die Vorbereitung und Durchführung eines globalen Krieges** unter <http://www.arbeiterfotografie.com/galerie/kein-krieg/index.html>

Broschüre **„Der Informationskrieg. NATO-Angriffskrieg? Krieg im Kosovo? Menschenrechte?“** des Gegeninformationsbüros Berlin unter <http://gib.squat.net/reader/inhalt.html>

Projekt: **Corporate Watch** mit detaillierten Informationen zu Großunternehmen wie bspw. Hill & Knowlton, Ihren Strategien und Verbrechen unter <http://www.corporatewatch.org.uk/profiles/profiles.html>

Projekt: **Propagandakritik und -analyse** unter <http://www.propagandacritic.com>

9. Anhang

9.1. Eine Propagandaanalyse des Golfkrieges⁹¹

Der Golfkrieg gibt uns Einblick, wie eine gute Propaganda funktioniert. Die Bevölkerung wurde wirklich Glauben gemacht, dass aufgrund der illegalen Okkupation und der Menschenrechtsverletzungen interveniert wurde. Es wird übersehen, welche Folgen es hätte, würden diese Prinzipien wirklich auf die US-Politik angewandt. Das ist schon der erste beachtliche Erfolg der Propaganda.

Aber schauen wir uns einen anderen Aspekt an. Geht man die Berichterstattung über den Golfkrieg seit August 1990 durch, dann fällt auf, dass Stimmen fehlen. Zum Beispiel gibt es eine irakische Opposition, die tatsächlich sehr mutig und recht wesentlich ist. Natürlich arbeiten sie zum Teil im Exil, vorwiegend in Europa. Darunter gibt es Bankiers, Ingenieure, Architekten und ähnliche Leute. Sie artikulieren sich, melden sich zu Wort und reden. Im Februar 1990, als Saddam Hussein noch ein guter Freund George Bushs war, kam eine Delegation der irakischen Opposition nach Washington mit der Bitte um Unterstützung ihrer Bestrebungen, eine parlamentarische Demokratie einzuführen. Sie wurden abgewiesen, die USA hatte keinerlei Interesse. Die Öffentlichkeit nahm keine Notiz davon.

Seit dem August 1990 wurde es schwieriger ihre Existenz zu verleugnen. Nachdem die USA Saddam Hussein jahrelang lang unterstützt haben, schwenkt diese Haltung im August plötzlich um. Jetzt gab es eine demokratische irakische Opposition, die einige Vorstellungen zu dem Fall hatte. Sie würde glücklich darüber sein, wenn Saddam Hussein gevierteilt oder verjagt werden würde. Er ermordete ihre Brüder, folterte ihre Schwestern und vertrieb sie außer Landes. Sie haben gegen den Diktator gekämpft als Ronald Reagan und George Bush ihn hätschelten. Wo waren ihre Erklärungen?

Schaut man sich die US-Presse von August bis März auf der Suche nach Stimmen der irakischen Opposition durch, findet man kein einziges Wort von ihnen. Nicht etwa, weil sie nichts gesagt hätten. Es gibt Erklärungen, Vorschläge und Fragen von ihnen. Wenn man sie anschaut, fällt auf, dass sich ihre Positionen nicht von denen der amerikanischen Friedensbewegung unterscheiden. Sie waren gegen Hussein und gegen den Krieg. Sie wollten nicht, dass ihr Land zerstört werde. Sie wollten eine friedliche Lösung und sie wussten, dass eine solche erreichbar war.

Das war die falsche Sichtweise und deshalb blieben sie außen vor. Man hörte kein Wort über die irakische Opposition. Falls man etwas über sie erfahren will, muss man in der deutschen und britischen Presse nachlesen. Sie berichteten nicht viel über sie, aber sie sind nicht so vollständig kontrolliert wie die amerikanischen und berichten wenigstens etwas.

Das war ein spektakulärer Erfolg der Propaganda. Einmal, dass die irakische Opposition außen vorgehalten wurde und zum zweiten, dass es niemand merkte. Das ist hochinteressant. Es bedarf dazu einer sehr indoktrinierten Bevölkerung, die das Nichtvorhandensein der irakischen Opposition übersieht, die nicht nach dem Grund fragt und die nicht auf die offensichtliche Antwort kommt, dass deshalb nicht berichtet wird, weil diese Opposition mit der internationalen Friedensbewegung übereinstimmt.

Doch kommen wir zu den Ursachen des Krieges. Einige Gründe wurden angeboten. Die Gründe waren: Aggressoren dürfen nicht belohnt werden und die Aggression muß zurückgewiesen werden. Das war der Grund für den Golfkrieg. Es gab keinen weiteren.

Kann dies wirklich der Grund gewesen sein? Folgt die US-Politik den Prinzipien, dass ein Aggressor nicht belohnt werden darf... Solche Argumente könnten ten innerhalb von zwei

⁹¹ Noam Chomsky: Schwarzer Faden 4/91, Trotzdem Verlag, übersetzt von Andi Ries

Minuten von jedem belesenen Teenager vom Tisch gefegt werden. Wie auch immer, sie wurden von niemanden vom Tisch gefegt. Betrachtet man die Presse, so fällt auf, dass niemand von den Kommentatoren und Kritikern diese Frage gestellt hat, ob denn die US-Politik tatsächlich nach diesen Prinzipien handelt. Hat die USA ihre eigene Aggression in Panama zurückgewiesen und auf einer Bombardierung Washingtons gedrängt? Hat die USA als 1969 die südafrikanische Invasion für illegal erklärt wurde, eine Wirtschaftsblockade, einschließlich Lebensmittel und Medikamenten durchgesetzt? Kam es zum Krieg? Bombardierten sie Kapstadt? Nein, sie betrieben 20 Jahre lang "stille Diplomatie". Die Situation in Namibia war alles andere als normal. Allein in den Jahren der Reagan-Regierung hat Südafrika 1,5 Millionen Menschen in den umliegenden Ländern getötet. Vergessen wir, was in Südafrika und Namibia geschah. Irgendwie hat es unsere empfindlichen Seelen nicht berührt. Man machte weiter mit der "stillen Diplomatie" und es endete damit, dass der Aggressor gut belohnt wurde. Sie bekamen den größten Hafen Namibias und erhielten einige Sonderrechte, die ihre nationale Sicherheit betrafen. Wo blieben die Prinzipien? Es ist wieder einmal ein Kinderspiel aufzuzeigen, dass sie nicht die eigentlichen Kriegsgründe waren, sie existieren überhaupt nicht...

Niemand machte sich die Mühe die daraus resultierende Schlussfolgerung zu ziehen: es gab keinen Grund für diesen Krieg. Nicht einen... Es muss uns beängstigen, dass die amerikanische Bevölkerung dermaßen totalitär ist, dass sie ohne Angabe eines Grundes in den Krieg geführt werden kann und keiner merkt es oder schert sich darum. Das ist niederschmetternd.

Kurz vor den Bombardierungen, Mitte Januar, hat ein Mitarbeiter der Washington Post und von ABC etwas sehr Aufschlussreiches herausgefunden. Folgende Frage wurde gestellt: "Wären Sie für eine Berücksichtigung des israelisch-arabischen Konfliktes, wenn der Irak sich unter dieser Bedingung aus Kuwait zurückziehen würde?" 2/3 der Bevölkerung befürworteten dies. Und dies traf auf 2/3 der Bevölkerung der ganzen Welt und auf die irakische Opposition zu.

Washingtons Order, dass eine Verbindung dieser Konflikte nicht zugelassen wird und jeder lief im Gleichschritt hinterher und war gegen eine diplomatische Lösung. Einzig allein Alex Cockburn in der Los Angeles Times hielt die Meinung der 2/3 für eine gute Idee. Die Menschen, die diese Frage beantworteten, dachten, wir sind allein, aber so denken wir eben. Angenommen, sie wussten, dass sie nicht alleine waren, dass noch andere - wie die irakische Opposition - der gleichen Meinung waren; angenommen sie wussten, dass dies keine hypothetische Frage war und der Irak diesen Vorschlag gemacht hatte, dass die US-Diplomaten ihn 8 oder 10 Tage zuvor erhalten hatten. Am 2. Januar bekamen sie diesen Vorschlag, dass die Iraker bei Berücksichtigung des israelischen-arabischen Konflikts und der Massenvernichtungswaffen unverzüglich aus Kuwait abziehen würden. Die USA haben dies abgelehnt. Angenommen die Leute wussten, dass dieser Vorschlag auf dem Tisch war und dass er viel Unterstützung fand - und dass es genau die Haltung eines jeden Menschen ist, der an der Erhaltung des Friedens interessiert ist... Angenommen, das wäre bekannt gewesen. Es mag sich jeder seine eigenen Gedanken machen, aber ich glaube, dass die 2/3 auf 98% der Bevölkerung angestiegen wäre. Hier erkennt man die Erfolge der Propaganda. Sicherlich hat niemand etwas von dem, was ich jetzt erwähnt habe, gewusst. Die Leute, die es wussten, dachten sie seien alleine. Dadurch wurde es möglich, die Kriegspolitik ohne Opposition fortzuführen.

Die Diskussionen, ob nun die Sanktionen überhaupt wirken würden, wurde hingegen recht ausführlich geführt. Man kann sich ja den Chef des CIA heranziehen und diskutieren, ob Sanktionen wirken würden. Es gab keine sinnlosere Diskussion als diese. Dafür gab es keine Diskussion über eine viel offensichtlichere Frage: Hatten die Sanktionen schon gewirkt? Die Antwort ist ja, sie hatten Wirkung - vielleicht Ende August, bestimmt jedoch im Dezember. Es fällt schwer, sich einen anderen Grund für die Rückzugsvorschläge des Irak vorzustellen, die den US-Diplomaten übergeben wurden und die sie als seriös und verhandlungsfähig bezeichneten. Die Frage ist: gab es noch einen Ausweg? Gab es noch einen sofortigen

Ausweg, der von der Bevölkerung, der ganzen Welt und der irakischen Opposition akzeptiert werden konnte? Diese Fragen wurden nicht erörtert und das ist bezeichnend für eine gut funktionierende Propaganda. Dies macht es dem Vorsitzenden der Republikaner möglich zu sagen, dass Kuwait heute nicht befreit wäre, wenn ein Demokrat im Amt gewesen wäre. Er konnte dies sagen, ohne dass ein Demokrat aufsteht und sagt, wenn er Präsident gewesen wäre, wäre Kuwait nicht erst heute befreit sondern schon vor sechs Monaten, weil es genügend Gelegenheiten dazu gab, ohne dass zehntausende Menschen gestorben wären, ohne dass eine ökologische Katastrophe heraufbeschworen worden wäre. Kein Demokrat sagt es, weil keiner diese Position vertritt. Henry Gonzales und Barbara Boxer vertraten diese Position. Aber die Zahl dieser Leute ist dermaßen gering, dass sie quasi nicht ins Gewicht fallen. So kann ein Clayton Yeutter behaupten was er will.

Als die Scud-Raketen in Israel einschlugen, applaudierte niemand. Das ist kennzeichnend für den Propaganda-Apparat. Wir könnten fragen warum eigentlich nicht? Nehmen wir den Libanon. Saddam Hussein behauptete, dass er diese Annexion nicht akzeptieren könne. Er könne es nicht zu lassen, dass Israel die Golan-Höhen und Ost-Jerusalem annektiert, entgegen den Abmachungen im Sicherheitsrat. Er könne diese Annexion und Aggression nicht tolerieren.... Sanktionen treten nicht in Kraft, aufgrund der amerikanischen Vetos. Er habe jahrelang darauf gewartet, dass sich etwas tut. Im Fall des Süd-Libanons 13 Jahre, im Fall der West-Banks 20 Jahre ... Diese Argumentation ist bekannt. Der einzige Unterschied ist, dass Saddam Hussein tatsächlich sagen kann, dass Sanktionen und Verhandlungen zwecklos sind, da die USA sie abgeblockt haben. Aber George Bush kann dies nicht behaupten, weil die Sanktionen gewirkt haben und große Aussichten bestanden, dass über Verhandlungen dieses Problem gelöst werden konnte, es sei denn, man stellt sich hin und sagt, es gibt keine Verhandlungen. Hat jemand mitbekommen, dass all dies von irgendjemand in der Presse ausgebreitet wurde?... Niemand machte es, in keinem Kommentar, in keinem Editorial. Das ist ein Zeichen einer gut funktionierenden totalitären Kultur. Es zeigt, dass die Konsensproduktion funktioniert.

Ein paar letzte Anmerkungen dazu: Es gibt unzählige Beispiele, nehmen wir das Bild, Saddam Hussein sei ein Monster, das die Welt erobern will - es ist in den USA weitverbreitet und dies nicht von ungefähr. Es wurde den Leuten eingebläut. Er nimmt alles. Wir müssen ihn jetzt aufhalten. Wie kommt er zu dieser Macht? Der Irak ist ein Dritte Welt Land ohne industrielle Basis. Acht Jahre lang hat er gegen den Iran gekämpft. Das Offizierskorps ist dezimiert, die militärische Schlagkraft geschwächt. Der Irak wurde im Krieg gegen den Iran von der SU, den USA, von Europa, den großen arabischen Staaten und den arabischen ölproduzierenden Ländern unterstützt und konnte den Iran trotzdem nicht schlagen. Aber er ist in der Lage, die Welt zu erobern.

Ist das jemand aufgefallen? Fakt ist, dass der Irak ein Dritte Welt Land mit einer Bauernarmee ist. Im Nachhinein wird eingeräumt, dass es eine Unmenge von Fehlinformationen über Befestigungen, chemische Waffen etc. gab. Das ist typisch.

Genau dasselbe wie bei Manuel Noriega. Noriega ist im Vergleich zu George Bushs "Freund" Saddam Hussein oder zu seinen "Freunden" in Peking oder gar zu George Bush selbst, der kleinere Gangster. Ein übler Kerl, aber kein Schwergewicht. Er wurde aufgeblasen, dass er uns als Kopf der Drogenhändler zerstören könne. Wir mussten schnell reagieren, ihn weg-schaffen, hunderte oder tausende Menschen töten und eine kleine weiße Minorität an die Macht bringen; US-Militäroffiziere in die Schlüsselpositionen bringen, um das politische System zu kontrollieren. Wir haben reagieren müssen, um uns selbst zu verteidigen, ansonsten wären wir von diesem Monster zerstört worden. Ein Jahr später geschah das gleiche mit Saddam Hussein. Wurde darüber jemals gesprochen? Man muss schon sehr lange suchen, um solches zu finden.

9.2. Eine Rhetorikanalyse jüngerer Zeit⁹²

„In Afghanistan sehen wir Al-Quaidas Vision der Welt. [...] Man kann für den Besitz eines Fernsehers ins Gefängnis kommen.“⁹³

Rhetorik. Für das Lexikon ist dies die "Redekunst". Sie ist „schönrednerisch, phrasenhaft und schwülstig“, diente bis zum Heiligen Römischen Reich als "Waffe im politischen Kampf" - verlor hiernach jedoch, schenkt man dem Lexikon weiter Glauben, mehr und mehr ihre primär-diesbezügliche Funktion. Lauscht man allerdings den politischen Reden, welche den Attentaten in den USA am 11. September 2001 folgten, findet man rasch zu dieser ursprünglichen Bedeutung des Wortes Rhetorik zur Zeit der Römer zurück. Denn längst ist die „Redekunst“ wieder "Waffe im politischen Kampf" geworden.

Eben jene Waffe, welche schwülstig und phrasenhaft den unlängst realen, nicht nur politischen Kampf schön zu reden versucht, ihn rechtfertigt und legitimiert. Das, was uns das Ziel eines anderen als das eigene verkaufen, uns im Geiste keine andere Wahl lassen mag, als eben das zu glauben und fühlen, was man uns fühlen und glauben machen will. Sie spricht uns an, uns persönlich, einen jeden von uns, immer und immer wieder, zieht, indem sie für jede Rand- oder Personengruppe, einzeln, mehrfach, wiederholt, eine passende Angst oder Argumentation mit beibringt, einen jeden in ihre vermeintliche Logik mit hinein und sorgt für Identifikation. Verkauft uns anschließend, nach Schilderung eines Problems die einzig mögliche Lösung - oftmals auch gleich als die eigene Idee.

Anhand der folgenden Beispiele werde ich versuchen, ein paar Mechanismen dieser "Rhetorik", des möglichen Versuches einer Manipulation, offen zu legen, um Objektivität bemüht, lediglich wagen, Gesagtes wiederzugeben und zu hinterfragen. Die gewählte Rede bietet sich hierbei insbesondere an, da der Präsident der Vereinigten Staaten in ihr - wie das Lexikon dies prophezeit - besonders zu Schönrednerei und Schwülstigkeit neigt; man in der so recht offensichtlich entstehenden Differenz zwischen Groß- und Kleinrednerei, Betonung und Nichtigmachung sehr gut zu hinterfragen und vielleicht ein Stückweit die eigentliche Intention auszumachen vermag.

Bushs einleitende Worte am 20. September waren: *"Heute abend sind wir ein Land, das sich der Gefahr bewusst geworden und aufgerufen ist, die Freiheit zu verteidigen. Unser Schmerz wurde zu Wut, und Wut zu Entschlossenheit. Ob wir unsere Feinde zur Rechenschaft ziehen oder die Gerechtigkeit zu unseren Feinden bringen, der Gerechtigkeit wird Genüge getan werden."*

Zwei Dinge stehen hiermit von Anfang an, gleich zu Beginn der weiteren Rede, fest. Ein jeder ist angesprochen, denn ein jeder ist bedroht. Die Freiheit steht auf dem Spiel - und wenn man bedenkt, dass das Gegenteil von Freiheit wohl Gefangenschaft ist, scheint dies eine emotional nicht zu übersehende Bedrohung zu sein. Fakt zwei - und dieser wird wiederholend betont: Was auch immer geschieht, es wird ein gerechtes Geschehen sein.

(Möglicherweise aufkommende Fragen nach den Ursprüngen und Bedeutungen der Worte "Freiheit" und "Gerechtigkeit" sowie ihrer Legitimation stelle ich hier nicht; denn auch die rhetorisch später gelieferten Antworten des amerikanischen Präsidenten brächten alles andere als konkrete Antworten mit.)

⁹² Jens Wernicke: Seminararbeit „Die politische Rhetorik - Mäntel, Hüllen, Intentionen. Eine Analyse der Redekunst nach dem 11. September 2001“ für das Seminar „Terrorismus und Weisheit“ bei Herrn Prof. Dr. Olaf Weber

⁹³ US-Präsident Bush: Rede „Krieg gegen den Terror“ gehalten am 20. September 2001 vor dem Kongress

Dies wird später weiter und immer wieder betont und legitimiert werden, spricht man doch fürderhin, nicht nur in dieser Rede, oftmals von einem Kampf "Gut gegen Böse" und einem Krieg im Namen von Gott. Was einen als Menschen letztlich dazu zwingen mag, Stellung, selbstredend die gute, zu beziehen; und als gläubigen Menschen eben auch Position, nämlich jene des Herrn.

Ein weiteres Beispiel vom Ende der Rede: *„Der Verlauf dieses Konfliktes ist ungewiss, aber sein Ergebnis ist sicher: Freiheit und Furcht, Gerechtigkeit und Grausamkeit liegen schon immer im Kampf, und wir wissen, dass Gott nicht neutral zwischen ihnen steht.“*

Interessant zu beobachten ist hierbei bereits, wie sehr die Rhetorik jeden einzelnen zu erreichen und manipulieren versucht, dies möglicherweise schafft, andererseits jedoch aufgrund ihres Wunsches, möglichst jeden zu umgarnen, so phrasenhaft, polemisch und pauschalisierend wird, dass all ihre Argumente, einzeln betrachtet, längst keine mehr sind; so wenig Konkretes bedeuten, dass sie ebenso die andere Seite gewinnbringend nutzt. Denn ebenso wie Bush von einem gerechten Krieg im Namen des Herren spricht, spricht Osama bin Laden von einem Krieg im Namen Allahs, dem Heiligen Krieg - und stellt Amerika und seine Lebensweise als das Böse, sich und den Islam als das Gute und Gerechte, den Heilsbringer dar.

Bush fährt in seiner Rede fort und liefert alsbald auch den Namen des Problems nach: *"Amerikaner haben in Kriegen Verluste erlitten. Aber nicht im Zentrum einer großen Stadt an einem friedlichen Morgen."* Die Bedrohung heißt also - ebenso wie die Antwort auf dieses Problem: Krieg. Was das Wort "friedlich" in diesem Kontext bedeutet, wird jedoch nicht so recht klar. Scheinbar beinhaltet das Wort „Krieg“ in Amerika bis dato die Selbstverständlichkeit: Wir greifen an. Und war Krieg von daher eher als „friedlich“, weil nie auf eigenem Boden oder selbst miterlebt, definiert. Ein friedlicher Krieg also, so scheint es, bis jetzt – und ein mörderischer nun.

Um den Amerikanern zu bedeuten, wie ernst die Sache ist, folgt kurz hierauf erneut eine Schilderung der Bedrohung jedes einzelnen von ihnen, die sich in sich mehrfach wiederholt, um eine Identifikation der Betroffenen auf möglichst vielen Ebenen herbeiführen zu können: Alter, Geschlecht, Glauben, Nationalität etc. pp.: *"Die Terroristen haben Weisung, Christen und Juden zu töten, alle Amerikaner zu töten und keine Unterscheidung zu machen zwischen Militär und Zivilisten, einschließlich Frauen und Kindern."*

Interessant hierbei ist vielleicht ein Artikel, welcher mir von der Titelseite eines mir im Zuge Gegenübersitzenden Zeitungslesers kurz nach Weihnachten ins Auge fiel. In den "Nürnberger Nachrichten" ward zu lesen: *„Über 3.700 Opfer in Afghanistan; zivile Opfer mutwillig in Kauf genommen, wie Recherchen ergaben.“*

Bushs Rhetorik packt und zieht uns an unserer Moral und Ethik, greift an unserem Missverständnis dem Fakt gegenüber, man könne Frauen und Kinder töten, an - und packt uns auch bei unserer Angst. Primär jedoch, scheint es, geht es immer eindringlicher um *Schwarzweißmalerei*, darum, die Menschen emotional stets weiter an die rhetorische Logik zu binden, Ängste als auch die Erkenntnis darüber zu liefern, wer gut und wer böse sei. Und Kindermörder sind dies wohlweislich nicht.

Letztlich, so beweist auch der Nürnberger Artikel, sind Kriegstreibenden - so auch den USA selbst, doch diese schwarze Wahrheit bietet Bushs Rhetorik hier nicht - auf der ganzen Welt zivile Verluste wohl meistens eher egal.

Interessant auch eine weitere Äußerung Bushs: *„Diese Terroristen töten nicht nur, um Menschenleben auszulöschen, sondern um eine ganze Lebensweise zu sabotieren. Mit jeder Gräueltat hoffen sie, in Amerika Furcht zu schüren, und dass Amerika sich dann aus der Welt zurückzieht und unsere Freunde im Stich lässt. Sie stellen sich gegen uns, weil wir ihnen im Weg stehen.“*

Es scheint, als sei gar nicht Amerika das eigentliche Ziel des Terrors gewesen, stand es doch nur „im terroristischen Weg“. Ganz vehement ist also auch der Rest der Welt bedroht, haben sich die bisherigen Motive verstärkt. Nicht nur alle Amerikaner, auch alle anderen Erdenbürger sind unlängst, womöglich sogar ursächlicher als die USA selbst, bedroht. Die Bedrohung ist also noch größer als gedacht – und Amerika handelt im Sinne der ganzen Welt.

Später wird dies noch deutlicher werden: „*Dies ist nicht nur ein Kampf Amerikas. Und es geht hier nicht nur um die Freiheit Amerikas. Dies ist der Kampf der gesamten Welt. Dies ist der Kampf der gesamten Zivilisation. Es ist der Kampf aller, die an Fortschritt und Pluralismus, Toleranz und Freiheit glauben.*“

Die pathetische Phrasenhaftigkeit der Rhetorik, so kristallisiert sich Stück für Stück heraus, dient ihrem Zweck: Sagte man Konkretes, grenzte man seine Zielgruppe ein, ließe andere außen vor. Und dies will man selbstredend nicht. Ganz im Gegenteil.

Bezüglich Konkretem sind zwei weitere Äußerungen Bushs besonders interessant: „*Der Kongress handelte, indem er 40 Milliarden Dollar für den Wiederaufbau seiner Gemeinden und die Bedürfnisse des Militärs ausgab.*“ Sowie: „*Dieser Krieg wird nicht so sein wie der Krieg gegen den Irak vor 10 Jahren, mit seiner gezielten Befreiung eines Gebietes und seinem schnellen Ende. Er wird nicht so aussehen wie der Luftkrieg im Kosovo vor zwei Jahren, wo keine Bodentruppen eingesetzt wurden und nicht ein einziger Amerikaner im Kampf fiel.*“

Interessant deshalb, weil sich irgendwo in diesen Sätzen auch eine - jeweils wohl maßgebliche - Aussage verbirgt. So im ersten wohl die, dass eine schier riesige Summe dem Militär - und eben nicht, was an erster Stelle genannt und somit wohl viel eher zur Kenntnis genommen wird, zum Wiederaufbau der Gemeinden - zur Verfügung gestellt wurde.

Und im zweiten wohl jene, wie dieser Krieg aussehen wird. Dies jedoch, ohne es eigentlich zu sagen. Die Taktik des Ganzen, etwas mit seinem jeweils angenehmeren negierten Gegenteil zu umschreiben, in der Imagination so nichts Unangenehmes zu erzwingen, erhöht die Akzeptanz beim Zuhörer ungemein und beruht darüber hinaus auf der psychologischen Erkenntnis, dass unser Unterbewusstsein Negationen eher negiert.

Denn wie aus der Neurolinguistischen Programmierung bekannt, erreichen Negativbotschaften es kaum und setzen sich dort auch nicht fest. Bei einer Atemübung sagt man so beispielsweise stets: „Mir geht es gut“ als zu sagen, denn dies brächte nichts ein, „Mir geht es nicht schlecht.“

Die drei wichtigsten Mechanismen der Rhetorik stellten sich bis hier bereits dar: Sie offenbart ein *Problem (eine Bedrohung)*, sucht gezielt - auch international - die *Identifikation* der Masse hiermit und immer und immer wieder eine *Legitimation*. Darüber hinaus verschleiert sie auch – sagt die Wahrheiten, welche sie sagen muss, betont jedoch emotional die ihr zuträglichen so sehr, dass sie die unangenehmeren einfach kleinstreden kann.

Sie versucht, uns des Denkens zu entledigen, denkt bereits für uns vor. (Zur Bedrohung: Wenn Amerikaner, Kinder und Zivilisten bedroht sind, so ist dies doch eine ernste Bedrohung für mich als amerikanisches weißes und nicht militantes Kind? Zur Identifikation: Wenn dies ein Kampf Gut gegen Böse und im Namen Gottes ist, wie könnte ich denken, auf der anderen Seite, auf der des Bösen oder Teufels zu sein? Und zur Legitimation: Wenn wir Gerechtigkeit bringen und um die Freiheit, dies so edle Gut, ringen, so sind all unsere Taten doch legitimiert?) Und so ihr dies, was nicht selten der Fall zu sein scheint, gelingt, gelingt, uns „vorzudenken“, uns etwas glauben zu lassen, das vorher nicht unser Glauben war, scheint die Rhetorik tatsächlich wie im alten Rom „eine Waffe“ - und als solche längst mächtiger als das Schwert geworden zu sein. Schließt sie doch in ihrer Argumentation eines anders als durch sie befürworteten Denkens, jedwede Möglichkeit zur Gegenwehr, bereits aus.

9.3. Ein Modell für die Propagandaanalyse von Bildmaterial

„Fotos üben heute die Macht über unsere Einbildungskraft aus, die gestern das gedruckte und vorher das gesprochene Wort besaß. Fotos scheinen absolut wahr zu sein. Wir glauben nämlich, dass sie ohne menschliches Dazwischentreten geradewegs zu uns gelangen, und sie sind die geistige Nahrung, die uns am wenigsten anstrengt. Jede Wortschilderung oder sogar jedes leblose Bild erfordert eine Gedächtnisleistung, ehe das Bild in unserer Erinnerung haftet. Im Film dagegen ist der ganze Vorgang des Beobachtens, Beschreibens, Berichtens und dann des Sichvorstellens für den Zuschauer bereits geleistet. Ohne weitere Anstrengungen, außer der des Wachbleibens, rollt im Film das Ergebnis ab, nach dem die Phantasie immer strebt.“⁹⁴

Fotos wirken also deshalb auf uns als „besonders wahr“, weil sie in unserer Vorstellung des menschlichen Urhebers, der durch sie zu lügen vermögen würde, beraubt sind. Wer mit uns spricht, vermag uns zu täuschen. Wer uns schreibt, ebenso. Der Film hingegen produziert Ereignisse, leistet die Arbeit des Sichvorstellens und Beschreibens für uns bereits, was auch ihn weniger glaubwürdig als ein Foto erscheinen lässt.

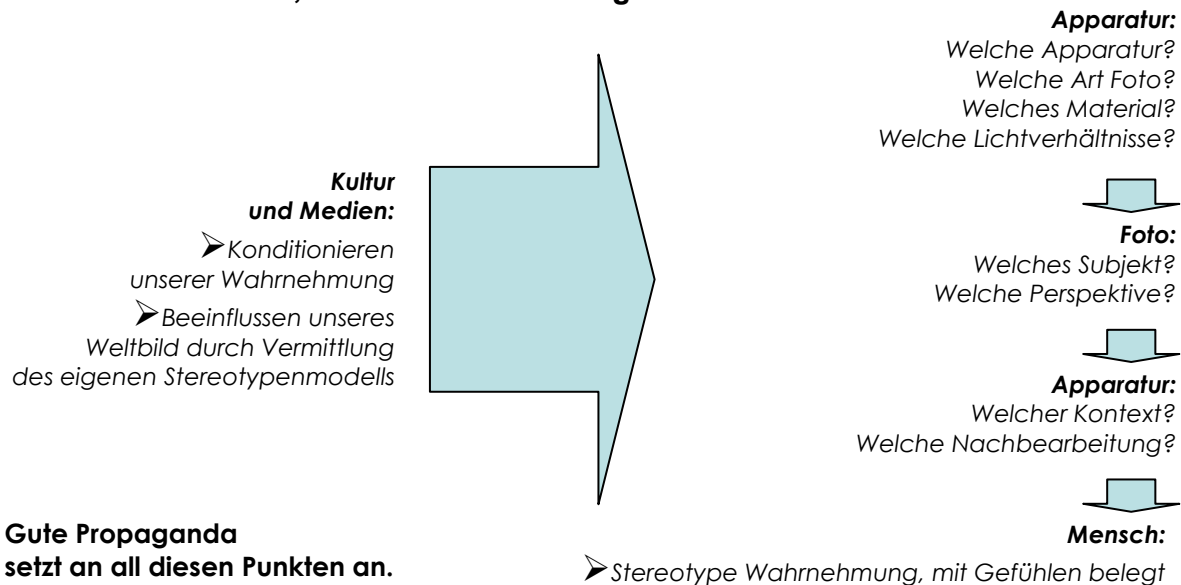
Doch wie steht es tatsächlich um diese von uns angenommene Authentizität – welche Einflussfaktoren, Abhängigkeiten und Manipulationsmöglichkeiten bestimmen sie?

Ich habe versucht, die bisherigen Daten und Theorien:

1. die Menschliche Wahrnehmung (nach Walter Lippmann),
2. die Propaganda als existentiellen Teil der Demokratie (nach Walter Lippmann und Noam Chomsky) und jene, dass
3. die Medien primär sich selbst und somit mehr der Quote und dem Geld denn der Wahrheit dienen (nach Noam Chomsky und Philipp Knightley)

wieder auf die „Wahrnehmung“, hier die Wahrnehmung von Bildern, also *Fotos*, herunterzubrechen. Mein Modell soll verdeutlichen, *welche Faktoren* unsere Wahrnehmung eines Fotos (unbewusst oder bewusst) beeinflussen - und *in welchen kausalen Abhängigkeiten* diese zueinander stehen. Beispiele aus Kriegs- und Krisenzeiten untermalen mein Modell.

Faktoren, die die Wahrnehmung eines Fotos beeinflussen



⁹⁴ Walter Lippmann: Die öffentliche Meinung, München 1964, Seite 70

Grob gesagt: Unsere Wahrnehmung eines Bildes ist zu allererst von der Apparatur, die dazu verwendet wurde, das Bild zu erzeugen, abhängig. Dann – wiederum in Abhängigkeit der zuvor genannten Apparatur – von dem Foto selbst. Dieses kann – die Abhängigkeiten von der ersten Apparatur und des Fotos selbst mit berücksichtigend – durch eine zweite Apparatur nachbearbeitet werden. Und am Ende dieser Kette von Kausalzusammenhängen steht letztlich: der Mensch. Denn nach der Abhängigkeit von Apparatur, Foto selbst und wieder Apparatur ist unsere Wahrnehmung eines Bildes zuallerletzt wieder (nach der Abhängigkeit von allen anderen Faktoren) abhängig von uns selbst – und unserer stereotypen Wahrnehmung der Welt. Im Folgenden sollen die entsprechenden Einflussmöglichkeiten anhand von Beispielen aufgezeigt werden.

Apparatur

Welche Apparatur?

Welche Art Foto?

Welches Material?

Welche Lichtverhältnisse?

- ✚ ein Schwarzweiß-Foto sieht anders aus als ein Farbfoto,
- ✚ ein Bild auf altem Papier wirkt alt,
- ✚ ein im Zwielflicht aufgenommenes Foto wirkt eher gespenstisch als eine Aufnahme im strahlenden Sonnenschein.

Foto

(aufbauend auf der Apparatur)

Welche Perspektive?

Welches Subjekt?

Genauer: Was wird gezeigt und was nicht, welche Wahrheiten vermag das Foto also einzig zu transportieren? Die ganze Zeichenlehre (Semiotik) wirkt hier hinein.

- ✚ 1. Foto: Wie die Menschen den Golfkrieg sahen.
- ✚ 2. Foto: Wie der Golfkrieg wirklich war.



- ✚ 3. Foto: Foto, mit dem CNN am 23.03.2002 das Einreißen palästinensische Wohnhäuser durch Israelis kommentierte.
- ✚ 4. Foto: Das Original-Foto von AP. Das Bild wurde also *dehumanisiert*⁹⁵. Dieses Bild dient hier als Beispiel für „Perspektive“, gehört jedoch ebenso zu „Nachbearbeitung“, da das Foto nach seinem Entstehen noch einmal mit einer „Apparatur“ nachbearbeitet wurde.

⁹⁵ Articles about lies, concealments and Deceptions; im Internet unter <http://www.whatreallyhappened.com/articleslies.html>, Stand: 30.11.2002



Apparatur

(aufbauend auf der Apparatur und anschließend dem Foto selbst)

Welcher Kontext?



- + Im *Life Magazin* von 1936: Robert Capas Foto „Death of a Loyalist Militioman“. Bis heute ist unklar, ob und inwieweit diese Foto echt ist. Unter Kontextualisierung eines Bildes wollen wir hier zunächst zwei der vorhandenen Möglichkeiten verstehen: 1. Der Kontext im und 2. der Kontext außerhalb des Bildes. Soll heißen: Der Kontext behauptet, der Soldat „sterbe“ – dies muss nicht der Fall sein. Ebenso wird das Bild der Lokalität Spanien und dem Kriegsgeschehen des Spanischen Bürgerkrieges zugeordnet. Das mag in diesem Fall stimmen, stellt jedoch eine weitere Art der Kontextualisierung dar.
- + Ob die Bilder der ölverseuchten Kormorane im Golfkrieg tatsächlich aus diesem stammen, ist bis heute ungeklärt.



- ✚ Fotos aus einem „Konzentrationslager“ in Bosnien, 1992, die in Wirklichkeit (mutwillig in falschen Kontext gebracht) Fotos aus einem „Flüchtlingslager“ sind - und doch den Kriegseintritt der Alliierten heraufbeschworen haben.



- ✚ Am 30. September 2000 erscheint in der New York Times ein Bild eines AP-Fotografen mit der Unterschrift „Ein israelischer Polizist und ein Palästinenser auf dem Tempelberg.“ Der rekonstruierte Kontext, der auf den Tempelberg hinweist, ist jedoch äußerst zweifelhaft. Eine Tankstelle mit hebräischer Werbetafel ist auf dem Tempelberg weder zu finden, noch ist dies nach jüdischem Religionsgesetz zulässig. In einem Leserbrief stellt ein Aaron Grossman später klar, dass es sich bei dem angeblichen Palästinenser um seinen Sohn, den jüdischen Studenten Tuvia Grossman aus Chicago handele. Der israelische Soldat habe eine Gruppe von Palästinensern vertrieben, die seinen Sohn überfallen und schwer verwundet hatten. (Interner wie externer Kontext waren falsch.)⁹⁶

⁹⁶ Bardo Herzig: Medienethische Kompetenzen; im Internet unter <http://dimel.uni-paderborn.de/dimel/grundlagen/medienethik.pdf>, Stand: 30.11.2002

Welche Nachbearbeitung?



- ✚ „A photo from a camera with pictures that had been taken on the trade building of a tourist and the plane is heading behind him to hit the building. The camera was found by rescue workers and developed.“ Falsch. Wie sich Tage später herausstellte: Eine Fälschung, nicht mehr.

Mensch

(aufbauend auf der Apparatur, anschließend dem Foto selbst und anschließend der Apparatur)

Stereotype Wahrnehmung?



- ✚ Diese Menschen würde man aller Voraussicht nach (den rechten noch mit einem Baseballschläger versehen) für „gefährlich“ – und nicht für Sozialarbeiter, die gerade einen Nazitreff räumen oder einen leukämiekranken Baseballspieler halten.
- ✚ Hier nicht vorhandene Indizien, die die unwahrscheinlichere Wahrnehmung eher bestätigen würden, werden gar nicht erst wahrgenommen: Man selektiert.



- ✚ Auch ohne die direkte Kontextualisierung assoziieren wir aufgrund unserer Erfahrungen, bringen andere Erfahrungen und Gefühle mit in die Betrachtung ein. In den Beispielen oben: Saddam Hussein als Stalin oder Adolf Hitler. Sowie: Peter Arnett von CNN während des Golfkrieges, wie er in die Kamera spricht – obwohl diese von ihm abgewandt ist. Diese Beispiele verdeutlichen außerdem ideal das Zusammenspiel von Stereotypen und der Kultur, die uns umgibt und diese mit definiert.

Medien und Kultur (auf alles auswirkend)

Konditionierung unserer Wahrnehmung als auch Beeinflussung Stereotypenmodells?

- ✚ Bilder im „goldenen Schnitt“ wirken für uns ästhetischer.
- ✚ Ohne das Wissen darum, wie es aussieht, wenn eine Kamera filmt, hätten wir (siehe oben) nicht vermuten können, Peter Arnett spreche in die Kamera.
- ✚ Unsere Wahrnehmung ist vom Hollywood-Kino her konditioniert. Filme mit langen Einstellungen, langen Schwenks und sonst wenigen Bewegungen wie bspw. der iranische Film „Quer durch den Olivenhain“ erscheinen uns zumeist träge und langweilig.
- ✚ Wenn Kriege stets ohne Tote medial dargestellt würden, dächten die Menschen irgendwann, Kriege wären so. Wenn über Jahre hinweg jemand als der Böse hingestellt wird, glauben die Leute daran. Was immer wieder, auch visuell, wiederholt wird, glauben wir, da ins Gedächtnis eingebrannt, auch irgendwann. So funktioniert Propaganda.

9.4. Eine Propagandaanalyse jüngerer Zeit⁹⁷

Wir kämpfen mit Antworten auf Fragen, die noch nicht gestellt worden sind

Nach den schrecklichen Anschlägen des 11. September waren die Schuldigen bald gefunden und benannt. Dass die Kriegspläne gegen Afghanistan, Irak und 58 weitere Staaten jedoch bereits seit Jahren in den Schränken des Pentagon lagerten, nun eben genau die Staaten die an diesen Anschlägen Schuldigen waren, gegen die man sowieso hatte Krieg führen gewollt, dieser "praktische Zufall" also, wunderte kaum jemanden. Und tut es auch im Nachhinein nicht.

Zum damaligen Zeitpunkt, einige Wochen nach dem 11. September 2001, war es für mich überraschend, wie schnell sich (auch in Deutschland und in meinem Freundeskreis) viele Menschen mit der Notwendigkeit eines Krieges, dem Einmarsch Allierter Truppen in Afghanistan, abzufinden schienen. Doch kämpfte man ja gegen die Terrororganisation Al-Qaida und für die Rechte der Menschen, die dort zu Tausenden unterdrückt und gequält, ja, gesteinigt wurden sogar.

Diese kriegslegitimierenden Argumente hörte man in einem fort. Sie saßen in den Köpfen der Menschen fest. Und es war so gut wie unmöglich, gegen sie zu argumentieren, denn wie konnte man *für* eine Terrororganisation oder *gegen* die Menschenrechte sein; wie hätte man dies gekonnt?

Lässt man außer acht, dass Fragen nach einer völkerrechtlichen Legitimation dieses Krieges der Amerikaner und Alliierten, dass Fragen danach, ob die Toten des World Trade Centers dutzend Mal mehr Tote, hierunter vornehmlich Zivilisten, in Afghanistan, zu rechtfertigen vermögen, ja, ob es für Morden und Kriege, für christliche Zivilisierungsfeldzüge gegen andere Kulturen, jemals eine Begründung geben können wird, nie gestellt oder bis heute nicht beantwortet worden sind, lässt man dies alles auch außer acht, hinterbleibt trotzdem ein erheblicher Rest. An noch immer möglichen und wohl notwendigen Fragen.

So habe ich mich in der Zeit nach dem 11. September beständig gefragt, woher denn das Wissen um die Al-Qaida und die Steinigungen der Afghanischen Frauen, das Leiden der Afghanischen Bevölkerung generell, so plötzlich kam. Wie dieses Wissen es so überraschend schnell legitim erscheinen lassen konnte, im Kampf gegen das Leiden eines Volkes zu töten. Und auch, wie es dafür sorgte, so vieles andere gänzlich unbeachtet zu lassen: Die Leiden so vieler anderer Menschen, das Sterben halber Völker, den Hungertod tausender Kinder an so vielen anderen Stellen auf der Welt, jeden Tag. Und das Leiden und Sterben eben *auch* der Afghanischen Bevölkerung *durch* diesen Krieg.

Ich habe mich gefragt, wie die Meinung eines Freundes, es wäre „sowieso einmal an der Zeit, dass man Afghanistan bebombt, so wie die mit den Frauen umgehen da; egal, ob man Bin Laden dabei nun trifft oder nicht“, überhaupt eine Meinung hat zu sein vermocht; betrachtete sie doch nicht die Welt oder den angestrebten Krieg, sondern nur deren winzige Miniaturen, und diese ohne jede Konsequenzen und jeden Kontextbezug.

Ich möchte meine diesbezüglichen Feststellungen und Fragen an dieser Stelle im Raum stehen lassen, jedoch an zwei der scheinbar wichtigsten Stellen die Kriegspropaganda nach dem 11. September zu hinterfragen wagen. Es sind diese Stellen - wie gehabt - die Fragen danach, gegen was man kämpfte: Al-Qaida. Und, für was: Die Menschenrecht der Afghanen.

⁹⁷ Jens Wernicke: „Fragen wagen. Über den Krieg gegen den Terror - und darüber, dass das Böse immer und überall ist“; im Internet unter <http://www.streiflicht-online.de/172002.htm>, Stand: 30.11.2002

Wir kämpfen gegen die Terrororganisation Al-Qaida

Die Gesellschaft für Allgemeine und Integrative Psychotherapie - Deutschland⁹⁸ schreibt: „Seit den militärischen Erfolgen der Anti-Taliban-Allianz haben die Medien zunehmend unkritischer [...] [berichtet]. So wird nahezu unproblematisiert von der "Terror-Organisation Al-Qaida" des Terrorschefs Osama Bin Laden gesprochen. Es wird Wirklichkeit nicht mehr erforscht, begründet und belegt, es werden CNN- und Pentagon-Quellen nicht mehr hinterfragt, sondern [es wird] kriegsprogaganda-geleitetet oder einfach nur dumm und unkritisch nachgeplappert.“

Das Online-Magazin Heise⁹⁹ formuliert am 30.11.2001 darüber hinaus:

"Dr. Saad Al-Faghi jedenfalls, in England lebender Mediziner und saudischer Dissident, muss "wirklich lachen", wenn er im Fernsehen von Al-Qaida als dem Terrornetzwerk Bin Ladens hört. Er war als Arzt in Afghanistan und kennt die Szenerie des Jihad ebenso gut wie die Situation in Saudi-Arabien. Bin Laden hatte Mitte der 80er Jahre im pakistanischen Peschawar ein Rekrutierungsbüro für junge Araber eröffnet, die am Afghanistankrieg teilnehmen wollten. Anfangs liefen diese Rekrutierungen ohne jede schriftliche Aufzeichnungen. Da sich aber immer häufiger besorgte Familien nach dem Verbleib ihrer Söhne erkundigten und Bin Laden keine Auskunft geben konnte, ließ er in Peschawar dann Eingangs- und Ausgangslisten führen, auf denen Name und Datum vermerkt waren. Dr. Al-Faghi dazu in einem Interview mit Frontline:

"Ich muss wirklich lachen, wenn ich das FBI über Al-Qaida als Organisation von Bin Ladin reden höre. Es ist eine ganz simple Geschichte: Wenn Bin Ladin Leute aus Saudi-Arabien oder Kuwait empfing, tat er dies im Gästehaus in Peschawar. Von dort zogen sie auf die Schlachtfelder und kehrten zurück, ohne Dokumentation. Es gab nur einen freundlichen Empfang, und dann gehst du dahin, und nimmst am Krieg teil - eine sehr einfache Organisation. Dann wurde er bedrängt von besorgten Familien, die nach ihren Söhnen fragten - und er wusste es nicht, weil es keine Aufzeichnungen gab. Also ließ er seine Leute in Peschawar Listen über jeden Araber führen, der unter seine Schirmherrschaft kamen. Es wurde der Ankunftsstag aufgezeichnet und wie lange sie blieben - manche nur für zwei oder drei Wochen, um dann wieder zu verschwinden. Diese Aufzeichnung, diese Dokumentation, wurde "Al-Qaida" genannt. Das ist Al-Qaida, überhaupt nichts Geheimnisvolles, keine Organisation wie eine Terroristenorganisation oder eine Untergrundgruppe. Für seine eigene Gruppe hat er meines Wissens nie diesen Namen benutzt. Wenn man sie benennen sollte, würde man "Bin Ladin Gruppe" sagen - Al-Qaida ist nur die Liste all der Leute, die irgendwann in das Gästehaus in Peschawar kamen. Insgesamt bestimmt 20-30.000 Leute, die man unmöglich verfolgen kann. Das meiste dazu ist ohnehin in den Händen der saudischen Regierung, denn die Leute benutzten saudische Airlines, zu einem stark verbilligten Preis. Nur 25% des normalen Preises nach Islamabad..."

Al-Qaida bedeutet frei übersetzt "Basis"¹⁰⁰.

⁹⁸ Rudolf Sponzel: Was beweist das Video? Zur Frage der Urheberschaft des kriegerischen Terroranschlags vom 11.9.2001; im Internet unter <http://www.sgipt.org/politpsy/usa/beweis4.htm>, Stand: 30.11.2002

⁹⁹ Mathias Bröckers: Die al-qaidisch-ladinistische Weltverschwörung; im Internet unter <http://www.heise.de/tp/deutsch/special/wtc/11242/1.html>, Stand: 30.11.2002

¹⁰⁰ Begriffserklärungen und Hintergründe zum 11. September 2001; im Internet unter <http://www.sellpage.de/1109/glossar.html>, Stand: 30.11.2002

Spätestens dies wirft kritische Fragen bezüglich Al-Qaida auf:

1. Welche Beweise wurden vorgelegt, dass es die Organisation Al-Qaida überhaupt gibt?
2. Welche Beweise wurden vorgelegt, falls es die Organisation Al-Qaida geben sollte, dass ihre Mitglieder tatsächlich alle Terroristen sind?
3. Welche Beweise wurden vorgelegt, falls es die Organisation Al-Qaida geben sollte und ihre Mitglieder tatsächlich alle Terroristen sind, dass diese eine direkte Bedrohung für irgendwen sind?
4. Wie werden Al-Qaida Mitglieder von Taliban-Kämpfern unterschieden?
5. Was bedeutet es, wenn vermeintliche Al-Qaida Terroristen vom CIA "verhört" werden?
6. Was heißt es, dass das US-Militär keine Al-Qaida-Gefangenen, also kein Ergeben und Aufgeben, haben will?
7. Was bedeutet es, wenn die US-Militärs dagegen sind, dass die vermeintlichen Al-Qaida Kämpfer der UN unterstellt werden?
8. Was bedeutet es, dass in immer mehr Ländern auf der Welt plötzlich zunehmend Jagd auf „Terroristen“ gemacht wird, diese dann entweder ermordet oder ihrer Grundrechte¹⁰¹ beraubt inhaftiert und teilweise sogar gefoltert werden?

Wir kämpfen für die Menschenrechte in Afghanistan

Die Bild-Zeitung vom 18. Juni 2002 titelt auf ihrer Titelseite: „Schock für Afghanistans Frauen! Scharia wieder Gesetz. Kabul – Ist Afghanistan wieder auf dem Weg ins Mittelalter. Schockiert hörten die Frauen auf der Ratsversammlung Loja Dschirga in Kabul, was Präsident Hamid Karsai verkündete: Das Land führt Scharia wieder ein. Die islamische Rechtsprechung schreibt zum Beispiel den Tod durch Steinigung bei Gotteslästerung oder Ehebruch vor.“



¹⁰¹ Ermittlungen gegen Nuklear-Terroristen. Die Zweifel mehren sich; im Internet unter <http://www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,200507,00.html>, Stand: 30.11.2002

Wir kämpfen mit jedem Mittel der Sprache um Kriegs-Legitimation

Gegen wen also haben wir, hat man, gekämpft, *mit welcher Legitimation – und wofür?* Was, ausser dass durch Afghanistan bald eine Eröl-Pipeline¹⁰² laufen wird, hat sich geändert dort?

Russland plant für 2002 eine Öl- Pipeline mit der siebenfachen Kapazität aller bisherigen Pipelines (Tageskapazität 700.000 Barrel) und drohen somit, die USA vom zweiten Platz in der Ölförderung zu verdrängen¹⁰³.

Als nächstes Land ist nun wieder der Irak Ziel der amerikanischen Kriegspolitik. Denn auch dort gäbe es, so G. W. Bush, „das Böse“. Mit Al-Quaida hat das dann nichts mehr zu tun; doch „das Böse“ sei halt auch dort. Und es bereite einen terroristischen Angriff auf den Rest der Welt vor. Selbstredend müsse man sich verteidigen. Und zwar, indem man den Irak zuerst angreift; damit er dies, zuerst angreifen, selbst nicht vermag.

¹⁰² Der Krieg geht weiter; ; im Internet unter <http://www.kein-blut-fuer-oel.de/mitte/oelk.html>, Stand: 30.11.2002

¹⁰³ Ebd.