

Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4
EINSCHREIBEN

An das Bundesministerium für Landesverteidigung

Care off/ Heeresnachrichtenamt

z. Hd. Leiter/Vize & Personalchef Abhörmannschaft Königswarte

Bürgerservicestelle

Mariahilfer Straße 24, 1070 Wien

Innsbruck, 02.03.21

Sehr geehrte Offiziere, sehr geehrte Staatsdiener, sehr geehrtes Führungskader des Heeresnachrichtenamtes,

in der Anlage übersende ich Ihnen weitere nützliche Informationen in Form von einigen Fach- und Sachbüchern sowie free21-Magazinen als weiteres Friedensinformationsnachrichtenpakets für den HNaA-Nachrichtendienst und Ihr ganzes Team.

In diesem offenen Brief möchte ich Ihnen die **Propaganda-Maschinerie der US-NATO-MIK-Kriegsakteure** näherbringen. Startend mit einem **Grundlagenwerk** dazu:

Die Kriegsverkäufer

Geschichte

der US-Propaganda

1917–2005

Andreas Elter

edition suhrkamp

SV

Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4

In diesem Buch erfährt man durch eine wissenschaftliche Netzwerkanalyse vom Medienwissenschaftler Dr. Uwe Krüger der Alphajournalisten in Deutschland wie diese in den NATO-Organisationen und deren Think-Tanks ... integriert, bzw. dort indoktriniert und auf transatlantisch-gerechten Kurs gebracht werden, oder sich selbst bringen.



In diesem Buch von Prof. Dr. Jörg Becker erfährt man über die gesetzliche aktive Wahrheits- und Friedensverpflichtung der Medien sowie über die Kriegs-PR-Agenturen, die seit über fünfzig Jahren (unethisch) für aktive Kriegsakteure die öffentliche Meinung korrumpieren.

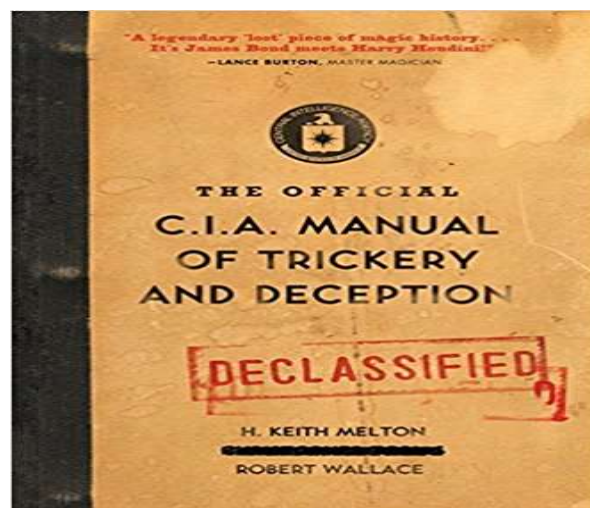


Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4

Wenn Sie Interesse haben, wie die Medien **Meinungsmanagement** im Sinne der Mächtigen betreiben kann ich Ihnen das Sach- und Fachbuch von Prof. Dr. Rainer Mausfeld (Psychologe, Kognitionsforscher) **Warum schweigen die Lämmer** oder ein weiteres Buch von ihm: **Angst und Macht** empfehlen. Es gibt auch einen sehr bekannten Vortrag zum Thema **Meinungsmanagement** bzw. Warum schweigen die Lämmer: Siehe hier: https://www.youtube.com/watch?v=-kLzmatet8w&ab_channel=DAIHeidelberg zu Angst und Macht siehe hier: https://www.youtube.com/watch?v=-S5WhBxQUHg&ab_channel=ARD



Das de-klassifizierte Fachbuch vom CIA, **The Official C.I.A. Manual Of Trickery And Deception** zeigt dies ebenfalls gut auf, wie die CIA vorgegangen ist, bzw. wie sie vorgehen. Haben ja jahrzehntelang die psychologische Forschung in den USA für ihre Vorhaben eingespannt und dafür **ein Budget von 5 Milliarden Dollar** im Jahr seit 2003 sowie über 27.000 Spin Doktoren zur Beeinflussung der Weltöffentlichkeit im Sinne des Imperiums.



27'000 PR-Berater polieren Image der USA

Ein Chefredaktor beklagt den immensen Einfluss des amerikanischen Verteidigungsministeriums auf seine Journalisten. Jetzt ist ihm der Kragen geplatzt: Er enthüllt schier unglaubliche Fakten über **die PR-Arbeit des Pentagons.**

Siehe hier: <https://www.tagesanzeiger.ch/ausland/amerika/27-000-prberater-polieren-image-der-usa/story/20404513>

Und haben seit 2003 - 5 Milliarden Dollar Budget - dafür im Jahr!

Wer sonst noch so noch bei US-transatlantischer Propaganda mit werkt kann man hier erkennen:

Die Transatlantiker-Datenbank ist online mit über 78.000 Einträgen von über 50 transatlantischen Organisationen zum Recherchieren

Siehe hier: <https://www.aktivist4you.at/wordpress/?s=datenbank>



Recherche-Datenbank der Eliten von über 50 transatlantischen Organisationen mit über 78.000 Einträgen ONLINE.

American Academie Berlin, American Council on Germany, American Council on Germany-YL, Aspen Institute (Donors), Aspen Institute Germany, **Atlantic Bridge**, Atlantik Council, Balaton Group, **Bilderberg**, Brookings Institution, Brookings Institution (D), Bruegel Think Thank, Club 1001: A Nature Trust - WWF, CATO Institute, **Council on Foreign Relations (M)**, Council on Foreign Relations (D), Club of Rome, European Council on Foreign Relations, European Round Table, European Union, Europäische Zentralbank, Friends of Europe, German Council on Foreign Relations, Global Bridges, Global Strategy Forum, German Marshall Fund of the United States, **Group of Thirty**, Hudson Institute, Internationaler Währungsfonds, Le Cercle, **Mont Pèlerin Society**, Munich Security Conference, NATO - Nordatlantikpakt, Open Society Foundation, Pilgrims Society, Rockefeller Stiftung, Skull & Bones, Transatlantic Policy Network, **Trilaterale Kommission**, Weltbank, **Weltwirtschaftsforum**

Und die NATO verkündet öffentlich: „Den Krieg zu verkaufen, darauf kommt es an!“ mittels Medienkampagnen!



Die folgende von Medienwissenschaftlern durchgeführte Studie zeigt auf wie die Akteure aus Geheimdiensten, Militärs und Regierungen die drei größten Nachrichtenagenturen „beeinflussen“.

Der Propaganda-Multiplikator

Publiziert: Juni 2016

Sprachen: [EN](#), [ES](#), [FR](#), [IT](#), [NL](#), [NO](#), [PL](#), [PT](#), [RU](#)

Es ist einer der wichtigsten Aspekte unseres Mediensystems – und dennoch in der Öffentlichkeit nahezu unbekannt: Der größte Teil der internationalen Nachrichten in all unseren Medien stammt von nur drei globalen Nachrichtenagenturen aus New York, London und Paris.

Die Schlüsselrolle dieser Agenturen hat zur Folge, dass unsere Medien zumeist über dieselben Themen berichten und dabei sogar oftmals dieselben Formulierungen verwenden. Zudem nutzen Regierungen, Militärs und Geheimdienste die globalen Agenturen als Multiplikator für die

weltweite Verbreitung ihrer Botschaften. Die transatlantische Vernetzung der etablierten Medien gewährleistet dabei, dass die gewünschte Sichtweise kaum hinterfragt wird.

Eine Untersuchung der Syrien-Berichterstattung von je drei führenden Tageszeitungen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz illustriert diese Effekte deutlich: 78% aller Artikel basieren ganz oder teilweise auf Agenturmeldungen, jedoch 0% auf investigativer Recherche. Zudem sind 82% aller Kommentare und Interviews USA/NATO-freundlich, während Propaganda ausschließlich auf der Gegenseite verortet wird.



Der Propaganda-Multiplikator:

Wie globale Nachrichtenagenturen und westliche Medien über Geopolitik berichten

Eine Studie von Swiss Propaganda Research

Juni 2016

»Man muss sich deshalb immer fragen: Weshalb kommt jetzt gerade diese Information in dieser Form auf mich zu? Letztlich stecken immer Machtfragen dahinter.« (*) Dr. Konrad Hummler, ehemaliger NZZ-Präsident

Inhaltsübersicht

1. Teil 1: Der Propaganda-Multiplikator
2. Teil 2: Fallstudie zur Syrien-Berichterstattung
3. Anmerkungen und Literatur

Einleitung: »Etwas Eigenartiges«

»Woher weiß die Zeitung, was sie weiß?« Die Antwort auf diese Frage dürfte manchen Zeitungsleser überraschen: »In der Hauptsache bezieht sie ihr Wissen von Nachrichtenagenturen. Die nahezu anonym arbeitenden Nachrichtenagenturen sind gewissermaßen der Schlüssel zu den Geschehnissen in der Welt. Wer also sind die Nachrichtenagenturen, wie arbeiten sie und wer finanziert diese Unternehmen? All dies sollte man wissen, um sich ein Bild machen zu können, ob man auch wirklich über die Ereignisse in Ost und West zutreffend unterrichtet wird.« (Höhne 1977, S. 11)

Ein Schweizer Medienforscher gibt deshalb zu bedenken: »Die Nachrichtenagenturen sind die «Aktualitätäter», sind die wichtigsten Stofflieferanten der Massenmedien. Kein tagesaktuelles Medium kommt ohne sie aus. () So beeinflussen die Nachrichtenagenturen unser Bild von der Welt; wir erfahren vor allem das, was sie ausgewählt haben.« (Blum 1995, S. 9)

Angesichts ihrer essentiellen Bedeutung erstaunt es umso mehr, dass diese Agenturen in der Öffentlichkeit kaum bekannt sind: »Einem Großteil der Gesellschaft ist nicht klar, dass es Nachrichtenagenturen überhaupt gibt ... Dabei nehmen sie tatsächlich eine enorm wichtige Rolle auf dem Medienmarkt ein. Doch trotz dieser großen Bedeutung wurde ihnen in der Vergangenheit nur wenig Aufmerksamkeit geschenkt.« (Schulten-Jaspers 2013, S. 13)

Selbst der Vorsitzende einer Nachrichtenagentur wunderte sich: »Es ist etwas Eigenartiges um die Nachrichtenagenturen. Sie sind in der großen Öffentlichkeit wenig bekannt. Im Gegensatz beispielsweise zu einer Zeitung vollzieht sich ihre Tätigkeit nicht so stark im Scheinwerferlicht, obwohl sie doch immer an der Quelle der Nachricht zu finden sind.« (Segbers 2007, S. 9)

Wer also sind diese Agenturen, die »immer an der Quelle der Nachricht« zu finden sind?
Globale Agenturen gibt es inzwischen nur noch drei:

1. Die amerikanische **Associated Press** (AP) mit weltweit über 4000 Mitarbeitern. Die AP gehört US-Medienunternehmen und hat ihre Hauptredaktion in New York. AP-Nachrichten werden von rund 12000 Medien genutzt und erreichen dadurch täglich mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung.
2. Die quasi-staatliche französische **Agence France-Presse** (AFP) mit Sitz in Paris und ebenfalls rund 4000 Mitarbeitern. Die AFP versendet pro Tag über 3000 Meldungen und 2500 Fotos an Medien in aller Welt.
3. Die britische **Reuters** in London, die privatwirtschaftlich organisiert ist und etwas über 3000 Mitarbeiter beschäftigt. Reuters wurde 2008 vom kanadischen Medienunternehmer Thomson – einer der 25 reichsten Menschen der Welt – gekauft und zu Thomson-Reuters mit Sitz in New York fusioniert.

Daneben gibt es noch diverse kleinere, nationale Nachrichtenagenturen. In den deutschsprachigen Ländern sind dies insbesondere:

- Die **Deutsche Presse-Agentur** (DPA), die als semi-globale Agentur über rund 1000 journalistische Mitarbeiter in circa hundert Ländern verfügt. Die DPA ist im Besitz von deutschen Medienverlagen und Rundfunkanstalten und hat ihre Hauptredaktion seit 2010 im Axel-Springer-Haus in Berlin.
- Die **Austria Presse Agentur** (APA) mit rund 165 Redakteuren. Die APA ist im Besitz von österreichischen Tageszeitungen und des ORF.
- Die **Schweizerische Depeschenagentur** (SDA) mit rund 150 Mitarbeitern, die im Besitz von Schweizer Medienverlagen ist, darunter die Tamedia und NZZ-Gruppe sowie die SRG.

Die SDA und APA verfügen über kein eigenes Korrespondentennetz im Ausland. Stattdessen kooperieren sie mit der DPA und den globalen Agenturen, um Zugang zu den internationalen Nachrichten zu erhalten und damit ihre nationalen Medien über das Weltgeschehen zu informieren. Die DPA kooperiert ihrerseits eng mit der amerikanischen AP und besitzt die Lizenz zur Vermarktung der AP-Dienste im deutschsprachigen Raum.



Die Logos der drei Weltagenturen Reuters, AFP und AP, sowie der drei nationalen Agenturen in Österreich (APA), Deutschland (DPA) und der Schweiz (SDA).

Wolfgang Vysložil, der ehemalige Geschäftsführer der APA, beschrieb die Schlüsselrolle der Nachrichtenagenturen 2005 mit diesen Worten: »Nachrichtenagenturen stehen selten im Blickpunkt des öffentlichen Interesses. Dennoch sind sie eine der einflussreichsten und gleichzeitig eine der am wenigsten bekannten Mediengattungen. Sie sind Schlüsselinstitutionen mit substanzieller Bedeutung für jedes Mediensystem. Sie sind das unsichtbare Nervenzentrum, das alle Teile dieses Systems verbindet.« (Segbers 2007, S.10)

Kleines Kürzel, große Wirkung

Es gibt jedoch einen einfachen Grund, warum die globalen Agenturen trotz ihrer Bedeutung dem breiten Publikum so gut wie unbekannt sind, denn: *»Radio und Fernsehen nennen ihre Quellen in der Regel nicht, und die Quellenangaben in Zeitschriften entziffern nur Spezialisten.«* (Blum 1995, S. 9)

Das Motiv für diese Zurückhaltung dürfte indes klar sein: Unsere Medien sind nicht besonders stolz darauf, dass sie viele ihrer Beiträge in Wirklichkeit gar nicht selbst recherchiert haben, sondern aus den immer gleichen Quellen beziehen.

Die folgende Abbildung zeigt einige Beispiele zur Quellenkennzeichnung in bekannten deutschsprachigen Zeitungen. Neben den Agenturkürzeln finden sich die Kürzel von Redakteuren, die den jeweiligen Agenturbericht bearbeitet haben.

Russlands Präsident Wladimir Putin warf den USA und den europäischen Mächten vor, sie redeten bloss über den Kampf gegen Terrorismus. Resultate seien aber nicht zu sehen, sagte er in einem Fernsehinterview.

(chk/sda)

Das ukrainische Parlament bestätigte unterdessen einen Erlass von Präsident Petro Poroschenko für eine weitere Teilmobilmachung von Reservisten. Dies sei nötig, um die Grenze zum Nachbarn Russland wirksam zu schützen. (hd/ag)

("Die Presse", Print)

Wenige Tage später starb bei einem US-Luftangriff im Jemen Nasser al-Wahischi, der Chef der al-Qaida auf der Arabischen Halbinsel (AQAP). Al-Wahischi war auch Stellvertreter von Al-Qaida-Chef Aiman al-Sawahiri.

Auch die syrische Luftwaffe setzte ihre Angriffe fort: Wie die oppositionelle Syrische Beobachterstelle für Menschenrechten (SOHR) mitteilte, wurden bei Angriffen in der Provinz Homs mindestens 27 Menschen getötet, darunter sechs Kinder.

AFP/Reuters/dpa/sela

(bee/AFP/sda)

WeltN24 GmbH 2016. Alle Rechte vorbehalten

(Erstellt

empfindlicher Schlag. Erst am Sonntag hatte das irakische Militär mitgeteilt, den Autokonvoi Al-Bagdadis angegriffen zu haben. Dessen Schicksal ist seitdem allerdings unklar.

(APA / tan) Erstellt am 14.10.2015, 07:36

[kurier.at](#)

[Politik](#)

[Ausland](#)

[Vorherige Seite](#) | [1](#) | [2](#) | [Artikel auf einer Seite](#)

(ap) Frankreich ermittelt wegen Kriegsverbrechen Regierung von Präsident Bashir al-Asad. Die Paris begann nach Hinweisen aus dem Ausenministeri vorläufige Ermittlungen, wie am Dienstagabend aus Justizkreisen und

Quelle: FAZ.NET mit dpa, AFP, Reuters

Diskussion zu diesem Artikel auf: [Rivva](#)

Themen in diesem Artikel: [Umbruch in der Ukraine](#) [Malaysia Airlines MH17](#) [Den Haag](#) [Europäische Union](#) [US-Regierung](#) [EU-Kommission](#) [Sowjetunion](#) [OSZE](#) [USA](#) [Brüssel](#) [Kiew](#) [Moskau](#) [Russland](#) [EU](#) [Europa](#)

[*SZ.de/AFP/dpa/jasch/sks](#)

Kürzel der Nachrichtenagenturen in den Quellenangaben von Zeitungsartikeln

Hin und wieder verwenden die Zeitungen aber auch Agenturmaterial, ohne dies klar zu kennzeichnen. Das *Forschungsinstitut für Öffentlichkeit und Gesellschaft* der Universität Zürich kam in einer Studie von 2011 unter anderem zu folgendem Ergebnis:

»Agenturbeiträge werden integral verwertet, ohne sie zu kennzeichnen, oder sie werden partiell umgeschrieben, um sie als redaktionelle Eigenleistung erscheinen zu lassen. Zudem herrscht eine Praxis vor, Agenturmeldungen mit wenig Aufwand «aufzupeppen»; hierzu werden etwa Visualisierungstechniken eingesetzt: Ungezeichnete Agenturmeldungen werden mit Bildern und Grafiken angereichert und als umfangreiche Berichte dargeboten.«

(FOEG 2011)

Dabei spielen die Agenturen nicht nur in der Presse eine herausragende Rolle, sondern ebenso im privaten und öffentlichen Rundfunk. Dies bestätigt Volker Bräutigam, der zehn Jahre für die Tagesschau der *ARD* gearbeitet hat und die Dominanz der Agenturen kritisch sieht:

»Ein grundsätzliches Problem liegt darin, dass (die Nachrichtenredaktion) *ARD*-aktuell ihre Informationen hauptsächlich aus drei Quellen bezieht: den Nachrichtenagenturen DPA/AP, Reuters und AFP: Eine deutsche, eine US-amerikanische, eine britische und eine französische. () Der ein Nachrichtenthema bearbeitende Redakteur kann gerade noch einige wenige für wesentlich erachtete Textpassagen auf dem Schirm auswählen, sie neu zusammenstellen und mit ein paar Schnörkeln zusammenkleben.«

Auch das *Schweizer Radio und Fernsehen (SRF)* richtet sich weitgehend nach den Meldungen der Agenturen. Auf die Frage von Zuschauern, weshalb über einen Friedensmarsch in der Ukraine nicht berichtet werde, gab die Redaktion zur Antwort: *„Bis heute haben wir von den unabhängigen Agenturen Reuters, AP und AFP, von denen wir Bildmaterial erhalten, keine einzige Meldung und auch kein Videomaterial von diesem Marsch erhalten. () Falls wir jedoch Bilder vom Eintreffen des Marsches in Kiew erhalten sollten, werden wir darüber berichten.“*

Tatsächlich stammen nicht nur die Texte, sondern auch die Bilder, Ton- und Videoaufnahmen, denen man in unseren Medien Tag für Tag begegnet, zumeist von denselben Agenturen. Was für das uneingeweihte Publikum wie ein Beitrag der lokalen Zeitung, des bevorzugten Radiosenders oder der vertrauten Tagesschau aussieht, sind in Wirklichkeit (übersetzte) Meldungen aus New York, London, Paris und Berlin.

Manche Medien gingen sogar noch einen Schritt weiter und haben ihre Auslandsredaktion mangels Ressourcen inzwischen komplett an eine Agentur ausgelagert. Auch auf vielen Online-Newsportalen werden vorwiegend Agenturberichte publiziert (vgl. Paterson 2007; Johnston 2011; MacGregor 2013).

Im Endeffekt entsteht durch diese Abhängigkeit von den globalen Agenturen eine frappierende Gleichartigkeit in der internationalen Berichterstattung: Von Wien bis Washington berichten unsere Medien oftmals über dieselben Themen und verwenden dabei

sogar vielfach dieselben Formulierungen – ein Phänomen, das man sonst eher mit »gelenkten Medien« in autoritären Staaten in Verbindung bringen würde.

Die folgende Abbildung zeigt einige Beispiele aus deutschsprachigen und internationalen Publikationen. Wie man sieht, schleicht sich trotz der angestrebten Objektivität der Agenturen mitunter eine leichte (geo-)politische Färbung ein.

"Binnen weniger Stunden" in Syrien
Putin droht mit neuem Militäreinsatz
Putin droht mit neuen Militäraktionen
Putin droht mit neuem Syrien-Einsatz "binnen Stunden"
Nach Teilabzug
Putin droht mit neuen Kampfeinsätzen in Syrien
Putin droht nach Teilabzug aus Syrien mit weiteren Militäraktionen
DREI TAGE NACH DEM „RÜ"
Putin droht mit neuen Militäraktionen
Militäraktionen in Syrien
Putin droht mit weiterem
Putin droht mit schneller Rückkehr

Iran provoziert mit weiteren Raketentests
Missiles abgefeuert
Iran provoziert Westen erneut mit Raketentests
Trotz Atom-Abkommen: Iran provoziert mit weiteren Raketentests
Iran provoziert mit Raketentest
Iran provoziert mit neuem Raketentest
Militärmanöver: Iran provoziert mit weiterem Raketentest
Iran provoziert mit Raketentest

Nato besorgt über russische Aufrüstung auf der Krim
Militärisch
Sorge über russische Aufrüstung auf der Krim
Atomwaffen auf der Krim?
Nato besorgt über Truppenaufmarsch
Nato besorgt über Konzentration russischer Truppen auf Krim
NATO concern over Russian planes in Crimea
NATO concerned over Russian forces in Crimea
Moscou déploie des missiles en Crimée, l'Otan très inquiète
L'Otan s'inquiète de la militarisation de la Crimée

IS-Anschlagsswelle auf Assad-Hochburg
Autobomben explodieren in Assad-Hochburgen
SYRIEN-KRIEG
Mehr als 100 Tote bei Anschlägen in Assad-Hochburgen
ISIS-Anschlag Assad-Hochburg
IS-Anschlagsswelle auf Assad-Hochburg an der Küste
Bombs, rockets tear through Syrian regime strongholds
Syria conflict: Deadly blasts rock Assad strongholds
Syrie: Daech ensanglante deux bastions du régime
Syrie : l'EI revendique attentats meurtriers contre deux bastions du régime

»Putin droht«, »Iran provoziert«, »NATO besorgt«, »Assad-Hochburg«: Inhaltliche und sprachliche Ähnlichkeit der geopolitischen Berichterstattung aufgrund von Meldungen der globalen Agenturen.

Die Rolle der Korrespondenten

Ein Großteil unserer Medien besitzt keine eigenen Auslandskorrespondenten und hat folglich keine andere Wahl, als sich für die Auslandsnachrichten vollständig auf die globalen Agenturen zu verlassen. Doch wie sieht es bei den großen Tageszeitungen und TV-Stationen aus, die über eigene internationale Korrespondenten verfügen? Im deutschsprachigen Raum sind dies beispielsweise eine *NZZ*, *FAZ*, *Süddeutsche Zeitung*, *Welt* und die öffentlichen Rundfunkanstalten.

Zunächst sind die Größenverhältnisse im Auge zu behalten: Während die globalen Agenturen weltweit über mehrere Tausend Mitarbeiter verfügen, unterhält selbst eine für ihre internationale Berichterstattung bekannte *NZZ* nur gerade 35 Auslandskorrespondenten (inklusive den Wirtschafts-Korrespondenten). In riesigen Ländern wie China oder Indien ist lediglich ein Korrespondent stationiert, ganz Südamerika wird von nur zwei Journalisten abgedeckt, während im noch größeren Afrika gar niemand fest vor Ort ist. Auch in Kriegsgebiete wagen sich die Korrespondenten nur selten vor. Über den Syrienkrieg berichten die Journalisten der deutschsprachigen Medien beispielsweise aus Städten wie Istanbul, Beirut, Kairo oder gar aus Zypern. Zudem fehlt vielen Journalisten die Sprachkenntnis, um Menschen und Medien vor Ort zu verstehen.

Wie erfahren die Korrespondenten unter solchen Umständen, was die "Nachrichten" in ihrer Weltregion sind? Die Antwort lautet zur Hauptsache einmal mehr: von den globalen Agenturen. Der niederländische Nahost-Korrespondent Joris Luyendijk hat die Arbeitsweise von Korrespondenten und ihre Abhängigkeit von den Weltagenturen in seinem Buch "Von Bildern und Lügen in Zeiten des Krieges: Aus dem Leben eines Kriegsberichterstatters" eindrücklich beschrieben:

»Ich hatte mir einen Korrespondenten immer als eine Art Echtzeit-Historiker vorgestellt. Wenn irgendwo etwas Wichtiges geschah, zog er los, ging der Sache auf den Grund und berichtete darüber. Aber ich zog nicht los, um irgendeiner Sache auf den Grund zu gehen.

Das hatten andere längst erledigt. Ich zog nur los, um mich als Moderator an einen Originalschauplatz hinzustellen und die Informationen aufzusagen. ()

Die Redaktion in Holland meldete telefonisch, dass irgendwo etwas los war. Per Fax oder Mail kamen dann Agenturberichte, die ich im Radio mit meinen eigenen Worten nacherzählte und für die Zeitung zu einem Artikel zusammenschrieb. Es war den Redaktionen stets wichtiger, dass ich vor Ort erreichbar war, als dass ich im Bilde war. Die Presseagenturen lieferten genug Informationen, um sich durch jede Krise durchzuboxen. ()

Und so kommt es, dass man beim Blättern in Zeitungen und beim Zappen durch die Fernsehnachrichten häufig immer wieder den gleichen Bildern und Geschichten begegnet.

Unsere Männer und Frauen in London, Paris, Berlin und Washington – alle fanden, dass oft die falschen Themen die Nachrichten beherrschten und dass wir uns allzu sehr und allzu sklavisch nach den Vorgaben der Presseagenturen richteten. ()

Die Vorstellung vom Korrespondenten ist, dass er »die Story« hat, aber in Wirklichkeit sind die Nachrichten wie ein Fließband in der Brotfabrik. Am hinteren Ende stehen die Korrespondenten, und wir tun hin und wieder so, als hätten wir die Brötchen selber gebacken, dabei haben wir sie nur eingetütet. ()

Später wollte ein Freund einmal wissen, wie ich während der ganzen Interviews mit dem Sender immer ohne zu zögern die richtige Antwort auf alle Fragen wusste. Als ich ihm schrieb, dass die Fragen genau wie in den Fernsehnachrichten vorher abgesprochen werden, bekam ich eine E-Mail voller Verwünschungen zurück, denn meinem Freund dämmerte, was ich bereits früher erkennen musste: Jahrzehntlang war er in den Nachrichten auf Schauspieler hereingefallen.« (Luyendijk 2015, K. I.1, I.4, II.5)

Mit anderen Worten: Der typische Korrespondent kann im Allgemeinen keine eigenständige Recherche betreiben, sondern bearbeitet und verstärkt vor allem diejenigen Themen, die von den Nachrichtenagenturen ohnehin vorgegeben werden – der berüchtigte »Mainstream-Effekt«.

Hinzu kommt, dass sich die Medien im deutschsprachigen Raum ihre wenigen Auslands-Korrespondenten aus Kostengründen sogar noch teilen müssen: So greifen die deutsche *Welt* und die österreichische *Presse* bisweilen auf dieselben Korrespondenten zurück, während die *Süddeutsche Zeitung* und der *Zürcher Tagesanzeiger* ihre Korrespondentennetze bereits weitgehend zusammengelegt haben. Innerhalb der einzelnen Medienkonzerne werden die Auslandsberichte dann oft noch von mehreren Publikationen verwertet – all dies trägt nicht gerade zur medialen Vielfalt bei.

»Was die Agentur nicht meldet, findet nicht statt«

Die zentrale Rolle der Nachrichtenagenturen erklärt ferner, warum bei geopolitischen Konflikten die meisten Medien dieselben Quellen verwenden. Im Syrienkrieg hat es insbesondere die „*Syrische Beobachtungsstelle für Menschenrechte*“, eine zweifelhafte Ein-Mann-Organisation in London, zu einiger Bekanntheit gebracht. Es ist nun nicht etwa so, dass sich die Medien einzeln und direkt bei dieser „Beobachtungsstelle“ erkundigen, denn tatsächlich ist ihr Betreiber selbst für Journalisten oft schwer zu erreichen.

Vielmehr liefert die „Beobachtungsstelle“ ihre Meldungen an die globalen Agenturen, die diese sodann an tausende Medien weiterleiten, welche damit hunderte Millionen von Lesern und Zuschauern weltweit „informieren“. Warum die Agenturen ihre Informationen ausgerechnet bei dieser seltsamen „Beobachtungsstelle“ beziehen – und wer diese wirklich gegründet und finanziert hat – das ist eine andere Frage, die jedoch selten gestellt wird.

Der ehemalige leitende DPA-Redakteur Manfred Steffens gibt in seinem Buch „Das Geschäft mit der Nachricht“ deshalb zu bedenken:

»Eine Nachricht wird () nicht dadurch richtiger, dass man für sie eine Quelle angeben kann. Es ist deshalb durchaus fragwürdig, einer Nachricht deshalb mehr Vertrauen zu schenken, weil eine Quelle zitiert wird. () Hinter dem Schutzschild, den so eine „Quelle“ für eine Nachricht bedeutet, ist mancher dann durchaus geneigt, auch recht abenteuerliche Dinge in alle Welt zu verbreiten, selbst wenn er selber berechtigte Zweifel an ihrer Richtigkeit hegt; die Verantwortung, zumindest moralisch, kann jederzeit der zitierten Quelle angelastet werden.« (Steffens 1969, S. 106)

Die Abhängigkeit von den globalen Agenturen ist zudem ein wesentlicher Grund, warum die mediale Berichterstattung zu geopolitischen Konflikten oftmals oberflächlich und sprunghaft wirkt, während historische Zusammenhänge und Hintergründe bruchstückhaft bleiben oder gänzlich fehlen. Denn: *“Nachrichten-Agenturen empfangen ihre Impulse fast ausschließlich aus dem Tagesgeschehen und sind ihrer Natur nach deshalb ahistorisch. Würdigenden Rückblicken wird dementsprechend nur ungern mehr Raum gegeben als unerlässlich.”* (Steffens 1969:32) Je mehr sich unsere Medien auf die Agenturen verlassen, desto episodenhafter gerät mithin ihre eigene Berichterstattung (vgl. FÖG 2011).

Schließlich erklärt die Dominanz der globalen Agenturen, warum gewisse geopolitische Themen und Ereignisse – die oft nicht so gut ins atlantische Narrativ passen oder zu “unwichtig” sind – in unseren Medien überhaupt nicht erwähnt werden: Wenn die Agenturen nicht darüber berichten, dann erfahren auch die meisten westlichen Medien nichts davon.

Als beispielsweise die syrische Armee Mitte November 2015 die Luftwaffenbasis Kuweires nach über zweijähriger Belagerung durch die IS-Miliz zurückeroberte – einer ihrer ersten strategischen Erfolge seit Eingreifen der russischen Luftwaffe – erschien darüber in unseren Medien keinerlei Mitteilung. Auch der bereits erwähnte Friedensmarsch in der Ukraine schaffte es nicht in das *Schweizer Fernsehen*, weil “von den Agenturen keine einzige Meldung” vorlag. Wie anlässlich des 50. Jubiläums der DPA einmal pointiert angemerkt wurde: »Was die Agentur nicht meldet, findet nicht statt.« (Wilke 2000, S. 1)

Mitunter werden westliche Darstellungen von Ereignissen auch in Form von prominenten Schlagzeilen gemeldet, Gegendarstellungen und Dementis jedoch nicht erwähnt, unauffällig am Ende einer Meldung platziert oder erst nachträglich und diskret ergänzt. Dadurch entsteht in den meisten geopolitischen Konflikten bereits auf Ebene der globalen Agenturen eine tendenziell einseitige Perspektive, die sich zwangsläufig auf unsere Medien überträgt.

»Fragwürdige Nachrichten einschleusen«

Während einige Themen in unseren Medien gar nicht auftauchen, erscheinen andere Themen sehr wohl – obwohl sie es eigentlich nicht sollten: *»So berichten denn die Massenmedien vielfach gar nicht über die Wirklichkeit, sondern über eine konstruierte oder*

inszenierte Wirklichkeit. () Verschiedene Studien kamen zum Schluss, dass die Massenmedien überwiegend durch die PR-Aktivitäten der Akteure determiniert seien und dass bei den Medienschaffenden die passive, rezeptive Haltung überwiege und nicht die aktiv-recherchierende.» (Blum 1995, S. 16)

Tatsächlich ist es aufgrund der eher geringen journalistischen Eigenleistung unserer Medien und ihrer hohen Abhängigkeit von einigen wenigen Nachrichtenagenturen für interessierte Kreise ein Leichtes, Propaganda und Desinformation in einem vermeintlich seriösen Format an ein weltweites Publikum zu verbreiten. Auch DPA-Redakteur Steffens warnte vor dieser Gefahr:

»Der kritische Sinn () wird um so mehr eingeschläfert, je angesehener die Nachrichten-Agentur oder die Zeitung ist, die eine Nachricht bringt. Derjenige, der eine fragwürdige Nachricht in die Welpresse einschleusen will, braucht also nur zu versuchen, seine Nachricht bei einer halbwegs seriösen Agentur unterzubringen, um sicher zu sein, dass sie dann wenig später auch bei den anderen auftaucht. Manchmal geschieht es so, dass eine Falschmeldung von Agentur zu Agentur weitergereicht und dabei immer glaubwürdiger wird.« (Steffens 1969, S. 234)

Zu den aktivsten Akteuren im "Einschleusen" von fragwürdigen geopolitischen Nachrichten gehören dabei die Militärs und Verteidigungsministerien: Im Jahre 2009 machte der damalige Chef der amerikanischen Nachrichtenagentur AP, Tom Curley, publik, dass beispielsweise das Pentagon über mehr als 27'000 PR-Spezialisten verfügt, die mit einem Budget von fast fünf Milliarden Dollar pro Jahr Medien- und Öffentlichkeitsarbeit betreiben. Zudem hätten hohe US-Generäle gedroht, dass man die AP und ihn persönlich »ruinieren« werde, falls die Reporter allzu kritisch über das US-Militär berichten sollten. (Siehe auch: Becker 2015)

Trotz – oder wegen? – solcher Drohungen publizieren unsere Medien regelmäßig Schlagzeilen wie die folgende:

Vier russische Marschflugkörper im Iran eingeschlagen

In diesem Artikel vom Oktober 2015 zum Syrienkrieg geht es nicht etwa darum, dass tatsächlich vier russische Marschflugkörper im Iran eingeschlagen sind, obschon der Titel dies nahelegt. Vielmehr handelt es sich um eine Meldung europäischer Nachrichtenagenturen, wonach zwei namentlich nicht genannte "Gewährsleute" aus "US-Verteidigungskreisen" dies gegenüber der amerikanischen Agentur AP behauptet haben. Belege gibt es keine – die Geschichte könnte deshalb genauso gut erfunden und Teil einer Propaganda-Operation gewesen sein. Dennoch werden Berichte wie dieser von nahezu allen etablierten Medien veröffentlicht – eigene Recherchen oder kritische Rückfragen scheinen tabu zu sein (Beispiele zu obiger Meldung: NZZ, FAZ, Welt, Spiegel, Focus, Tagesanzeiger, Kurier, Die Presse).

Ulrich Tilgner, der langjährige Nahost-Korrespondent des ZDF und *Schweizer Fernsehens*, warnte bereits 2003 im Rückblick auf den Irakkrieg vor medialen Täuschungsmanövern durch die Militärs:

„Mit Hilfe der Medien bestimmen die Militärs die öffentliche Wahrnehmung und nutzen sie für ihre Planungen. Sie schaffen es, Erwartungen zu wecken und Szenarien und Täuschungen zu verbreiten. In dieser neuen Art von Krieg erfüllen die PR-Strategen der US-Administration eine ähnliche Funktion wie sonst die Bomberpiloten. Die Spezial-Abteilungen für Öffentlichkeitsarbeit im Pentagon und in den Geheimdiensten sind zu Kombattanten im Informationskrieg geworden. () Dabei nutzen die amerikanischen Militärs die mangelnde Transparenz der Berichterstattung in den Medien gezielt für ihre Täuschungsmanöver. Die von ihnen gestreuten Informationen, die von Zeitungen und Rundfunk aufgenommen und verbreitet werden, können Leser, Zuhörer oder Zuschauer unmöglich bis zur Quelle zurückverfolgen. Somit gelingt es ihnen nicht, die ursprüngliche Absicht der Militärs zu erkennen.“ (Tilgner 2003, S. 132)

Was dem US-Militär bekannt ist, das dürfte auch dem US-Geheimdienst nicht fremd sein. In einer bemerkenswerten Reportage des britischen *Channel 4* sprachen ehemalige Mitarbeiter der CIA und der Agentur Reuters offen über die systematische Verbreitung von Propaganda und Desinformation in der Berichterstattung zu geopolitischen Konflikten:

Der ehemalige CIA-Offizier und Whistleblower John Stockwell sagte zu seiner Arbeit im Angola-Krieg: »Das grundsätzliche Ziel war, es wie eine gegnerische Aggression in Angola

aussehen zu lassen. In diesem Sinne schrieben wir irgendwelche Geschichten und brachten sie in den Medien unter. () Ein Drittel meines Teams in dieser Mission waren PR-Experten, deren Aufgabe es war, Nachrichten zu erfinden und sie in der Presse zu platzieren. () Die Redakteure in den meisten westlichen Zeitungen sind nicht allzu skeptisch bei Meldungen, die den allgemeinen Ansichten und Vorurteilen entsprechen. () Einige unserer Geschichten liefen während Wochen. Aber es war alles erfunden.«

Fred Bridgland blickte auf seine Tätigkeit als Kriegskorrespondent bei der Agentur Reuters zurück: »Wir basierten unsere Berichte auf offiziellen Mitteilungen. Erst Jahre später erfuhr ich, dass in der US-Botschaft ein Desinformations-Experte der CIA saß und diese Mitteilungen erfand, die überhaupt keinen Bezug zur Realität hatten. () Aber ehrlich gesagt, egal was die Agenturen publizieren, es wird von den Redaktionen sowieso aufgenommen.« Und der ehemalige CIA-Analyst *David MacMichael* beschrieb seine Arbeit im Contra-Krieg in Nicaragua mit diesen Worten: »Man sagte, unser Geheimdienstwissen über Nicaragua sei so gut, dass wir sogar das Spülen einer Toilette registrieren können. Ich hatte aber eher das Gefühl, dass die Geschichten, die wir der Presse zuspielten, direkt aus der Toilette kamen.« (Hird 1985)

Natürlich verfügen die Geheimdienste auch über zahlreiche direkte Kontakte in unseren Medien, denen bei Bedarf "Informationen" zugespielt werden können. Doch ohne die zentrale Rolle der globalen Agenturen wäre die weltweit synchronisierte Verbreitung von Propaganda und Desinformation unmöglich so effizient realisierbar.

Durch diesen medialen *Propaganda-Multiplikator* erreichen die zweifelhaften Botschaften der PR-Experten von Regierungen, Militärs und Geheimdiensten mehr oder weniger ungeprüft und ungefiltert die breite Öffentlichkeit. Die Journalisten beziehen sich dabei auf die Agenturen, und die Agenturen berufen sich auf ihre Quellen. Zwar wird oft versucht, mit Ausdrücken wie "offenbar", "angeblich" und dergleichen auf Unsicherheiten hinzuweisen (und sich selbst abzusichern) – doch da ist das Gerücht längst in die Welt gesetzt und entfaltet seine Wirkung.

Der Propaganda-Multiplikator



© Swiss Propaganda Research

Der Propaganda-Multiplikator: Regierungen, Geheimdienste und Militärs verbreiten ihre Botschaften über die globalen Agenturen und die angeschlossenen Medien an das weltweite Publikum.

Wie die »New York Times« berichtete...

Neben den globalen Nachrichtenagenturen gibt es aber noch eine weitere Quelle, die oft genutzt wird, um über geopolitische Konflikte zu berichten: Es sind dies die großen und bekannten Medien in England und den USA.

Eine *New York Times* oder *BBC* verfügen beispielsweise über bis zu 100 Auslandskorrespondenten und weitere externe Mitarbeiter. Nahostkorrespondent Luyendijck gibt jedoch zu bedenken:

“Die westlichen Nachrichtenredaktionen, also auch ich, orientierten sich an der Nachrichtenauswahl angesehener Medien wie *CNN*, der *BBC* und der *New York Times*. Sie gingen davon aus, dass deren Korrespondenten einen Überblick über die arabische Welt hätten. Wie sich aber herausstellte, konnten viele von ihnen nicht einmal Arabisch, zumindest nicht genug, um ein Gespräch zu führen oder das Fernsehen zu verstehen. Das galt für viele Topleute bei *CNN*, der *BBC*, dem *Independent*, *The Guardian*, *The New Yorker* und der *New York Times*.” (Luyendijck 2015, K. I.3)

Hinzu kommt, dass die Quellen dieser Medien oftmals nicht leicht zu überprüfen sind („Militärkreise“, „anonyme Regierungsbeamte“, „Geheimdienstmitarbeiter“ und dergleichen) und deshalb ebenfalls für die Streuung von Propaganda genutzt werden können. Auf jeden Fall aber führt die verbreitete Orientierung an den angelsächsischen Publikationen zu einer weiteren Angleichung in der geopolitischen Berichterstattung unserer Medien.

Die folgende Abbildung zeigt einige Beispiele solcher Zitierungen anhand der Syrien-Berichterstattung des *Zürcher Tagesanzeigers* – immerhin die größte Tageszeitung der Schweiz und wie erwähnt ein Partner der *Süddeutschen Zeitung*. Die Artikel stammen alle aus den ersten Oktobertagen 2015, als Russland direkt in den Syrienkrieg eingriff:

Bagdad geschickt. Wie das «Wall Street Journal» unter Berufung auf US-Diplomaten berichtet, kündigte der General seinen Besuch lediglich eine Stunde im Voraus an, lieferte die

mit ihm erscheinen jetzt in Frankreich als Buch. In der britischen Tageszeitung *The Guardian* hat Le Caisne eine Kurzversion der Geschichte von César und Gesprächsausschnitte publiziert.

Der britische Verteidigungsminister Michael Fallon sagte der Zeitung «The Sun» vom Samstag, nur fünf Prozent der russischen Attacken hätten Ziele des IS ins Visier genommen.

Für die Zeitschrift «Foreign Affairs» widmen sich aktuell zwei US-Forscher, die an der Universität von Katar lehren, dem Thema. Der Geograf Michael Ewers und der Politologe Justin

Laut der «New York Times» haben die IS-Kämpfer sechs Dörfer nahe Aleppo erobert und drohen nun eine wichtige Versorgungsroute der Rebellen zur türkischen Grenze abzuschneiden.

Todesanzeigen ablesen. «Die Verluste der Revolutionsgarden nehmen zu», sagte der frühere CIA-Mitarbeiter Reuel Marc Gerech zu CNN. «Wir sehen ständig Todesanzeigen von

aufstellen wollte, grösstenteils ein. Wie die «New York Times» berichtet, soll das im 500 Millionen schweren Programm noch vorhandene Geld nun verwendet werden, um bestehende

sahen eigentlich sehr gut, was vor sich ging», zitiert die «Washington Post» Jeffrey White, einen früheren Analysten der Defense Intelligence Agency (DIA), einem militärischen

Häufiges Zitieren von britischen und amerikanischen Medien, am Beispiel der Syrien-berichterstattung des Zürcher Tagesanzeigers von Anfang Oktober 2015.

Das gewünschte Narrativ

Doch warum versuchen Journalisten in unseren Medien nicht einfach, selbstständig zu recherchieren und unabhängig von den globalen Agenturen und den angelsächsischen Medien zu berichten? Nahost-Korrespondent Luyendijk beschreibt seine diesbezüglichen Erfahrungen:

»Jetzt könnte man fragen: Warum sucht er (der Journalist) sich dann nicht vernünftige Quellen? Das habe ich ja probiert, aber immer wenn ich an den Presseagenturen, den großen angelsächsischen Medien und den *talking heads* (westliche Gesprächspartner und

NGOs in arabischen Ländern) vorbei eine Reportage machen wollte, ging das daneben. () Offenbar konnte ich als Korrespondent ganz verschiedene Geschichten über ein und dieselbe Situation erzählen. Doch die Medien konnten nur eine davon bringen, und oft genug war das genau diejenige Geschichte, die das bereits vorherrschende Bild bestätigte.« (Luyendijk 2015, K. I.3)

Der Medienforscher Noam Chomsky hat diesen Effekt in seinem Aufsatz “Was die Mainstream-Medien zum Mainstream macht” wie folgt beschrieben: »Wenn du die offizielle Linie verlässt, wenn du abweichende Berichte produzierst, dann wirst du das bald zu spüren bekommen. () Es gibt viele Möglichkeiten, wie man dich rasch wieder auf Linie bekommt. Wenn du die Vorgaben nicht beachtest, dann wirst du deine Stelle nicht lange behalten. Dieses System funktioniert ziemlich gut, und es widerspiegelt die etablierten Machtstrukturen.« (Chomsky 1997)

Auch in deutschsprachigen Medien sind solche Fälle dokumentiert. Als beispielsweise ein *ARD*-Korrespondent im Libanesischen Bürgerkrieg über die mit eigenen Augen beobachtete materielle Unterstützung einer Miliz durch ein Nachbarland berichtete, kontaktierte der damalige Intendant der *ARD* ob des politisch inopportunen Beitrags sogleich den Chefredakteur, welcher dem betroffenen Journalisten umgehend einen Wechsel nach Südafrika nahelegte. (Mücke 2014, S.33)

Ebenso verließ der langjährige Nahost- und Afghanistan-Korrespondent Ulrich Tilgner das *ZDF*, weil er aufgrund von »Bündnistrübsichten« und »Eingriffen in seine Arbeit« nicht mehr frei berichten konnte: »[Früher] wollte man wissen: Was haben die Leute vor Ort zu sagen? Heute werden Beiträge nur zu oft in den Redaktionen zusammengebaut und der Sendeablauf wird designed.« (siehe auch: Tilgner 2003)

Auch die langjährige Nahost-Korrespondentin Karin Leukefeld machte die Erfahrung, dass ihre Reportagen aus Syrien von deutschen Redaktionen plötzlich nicht mehr angenommen wurden. Man beschied ihr, sie müsse sich an die »einschlägigen Agenturmeldungen« halten.

In der Schweiz traf es unter anderem den ehemaligen Auslandschef der *Weltwoche*, der den “Fehler” beging, mitten im Bosnienkrieg über nachweisliche Kriegslügen der westlichen Allianz zu berichten: Er erhielt ein Schreibverbot und sah sich mit seiner möglichen Absetzung konfrontiert. Zuletzt “erwischte” es den ehemaligen *Tagesschau*-

Korrespondenten Helmut Scheben, der auf dem Newsportal *Watson* – ein Partner von *Spiegel Online* – die westliche Berichterstattung zu Syrien als einseitig und manipulativ kritisierte. Keine zwei Tage später wurde er in einem aufgebrachtten Rückruf von der Redaktion als »Putin-Troll« beschimpft.

Trotz solcher Beispiele sind einige der führenden Journalisten weiterhin der Ansicht, ihnen würde niemand vorschreiben, was sie zu sagen haben. Wie passt dies zusammen? Medienforscher Chomsky klärt den scheinbaren Widerspruch auf:

»Der entscheidende Punkt ist folgender: Diese Journalisten wären ihren Job längst los, wenn sie nicht schon lange bewiesen hätten, dass ihnen niemand sagen muss, was sie zu schreiben haben – weil sie ohnehin das “Richtige” schreiben werden. Wenn sie zu Beginn ihrer Karriere die “falschen” Storys verfolgt hätten, wären sie gar nicht erst in die Position gekommen, in der sie jetzt “alles sagen können, was sie wollen”. () Mit anderen Worten: Diese Journalisten durchliefen bereits einen Sozialisierungsprozess.« (Chomsky 1997)

Im Endeffekt führt dieser »Sozialisierungsprozess« zu einem Journalismus, der über geopolitische Konflikte (und einige andere Themen) im Allgemeinen nicht mehr unabhängig recherchiert und kritisch berichtet, sondern mittels geeigneter Leitartikel, Kommentare und Interviewpartner das gewünschte Narrativ zu festigen versucht. (Siehe auch: Gritsch 2010)
Fazit: Das »Erste Gesetz des Journalismus«

Der ehemalige AP-Journalist Herbert Altschull nannte es das *Erste Gesetz des Journalismus*: »In allen Pressesystemen sind die Nachrichtenmedien Instrumente derer, die die politische und wirtschaftliche Macht ausüben. Zeitungen, Zeitschriften, Radio- und Fernsehsender handeln also nicht unabhängig, obwohl sie die Möglichkeit unabhängiger Machtausübung besitzen.« (Altschull 1984/1995, S. 298)

Insofern ist es folgerichtig, wenn unsere etablierten Medien – die ja überwiegend durch Werbung finanziert oder aber quasi-staatlich organisiert sind – die geopolitischen Interessen der Transatlantik-Allianz vertreten. Denn sowohl die werbetreibenden Banken und Konzerne wie auch die Staaten selbst sind *nolens volens* auf die transatlantische Wirtschafts- und Sicherheitsarchitektur amerikanischer Prägung angewiesen.

Zudem sind unsere führenden Medien bzw. deren Schlüsselpersonen – ganz im Sinne von Chomskys »Sozialisierung« – oftmals selbst in die Netzwerke der transatlantischen Elite

eingebunden. Die folgende Abbildung illustriert dies am Beispiel der Atlantik-Brücke und der jährlichen Bilderberg-Konferenz – zwei der wichtigsten derartigen Institutionen (siehe auch: Krüger 2013).



Einige der führenden deutschsprachigen Medien, von denen Schlüsselpersonen (Herausgeber, Geschäftsführer, Chefredakteure, Journalisten etc.) in die transatlantischen Netzwerke der Atlantik-Brücke oder der Bilderberg-Konferenz eingebunden sind oder waren (mehr dazu).

Die meisten etablierten Publikationen sind mithin der Sparte »Transatlantik-Medien« zuzurechnen. Vielleicht gerade deswegen ging dieser wichtige Aspekt bisweilen vergessen und es entstand beim Publikum der Eindruck einer vermeintlichen Vielfalt, die es jedoch insbesondere im tagesaktuellen Bereich eigentlich nie gab: Der theoretischen Medienfreiheit standen hier allzu hohe praktische Eintrittshürden entgegen (Senderkonzessionen, limitierte Frequenz- und Programmplätze, Anforderungen an Finanzierung und technische Infrastruktur, beschränkte Verkaufskanäle, Abhängigkeit von Werbung und Agenturen etc.).

Erst durch das Internet ist Altschulls *Erstes Gesetz* ein Stück weit durchbrochen worden. In den letzten Jahren konnte so ein qualitativ hochwertiger, leserfinanzierter

Journalismus entstehen, der die herkömmlichen Medien in Bezug auf kritische Berichterstattung und Ausleuchtung von Hintergründen teils deutlich übertrifft. Einige dieser »alternativen« Publikationen erreichen inzwischen allein im deutschsprachigen Raum über 100'000 Leser und Zuschauer, was zeigt, dass die »Masse« für die Qualität eines Mediums keineswegs ein Problem sein muss – im Gegenteil.

Andererseits gelang es den etablierten Medien bislang, auch im Internet die große Mehrzahl der Besucher auf sich zu vereinen (siehe Statistiken für die Schweiz, Deutschland, und Österreich). Dies hängt wiederum eng mit den Nachrichtenagenturen zusammen, deren stets aktuelle Meldungen das Rückgrat der meisten Newsportale bilden.

Die kommenden Jahre werden es zeigen: Wird die »politische und wirtschaftliche Macht« gemäß Altschulls »Gesetz« die Kontrolle über die Nachrichten behalten – oder werden »unkontrollierte« Nachrichten das politische und ökonomische Machtgefüge verändern?

Fallstudie: Syrien-Berichterstattung

Im Rahmen einer Fallstudie wurde die Syrien-Berichterstattung von je drei führenden Tageszeitungen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz auf Vielseitigkeit und journalistische Eigenleistung hin untersucht. Ausgewählt wurden hierfür die folgenden Zeitungstitel:

- **Für Deutschland:** Die *Welt*, die *Süddeutsche Zeitung* (SZ), und die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* (FAZ)
- **Für die Schweiz:** Die *Neue Zürcher Zeitung* (NZZ), der *Zürcher Tagesanzeiger* (TA), und die *Basler Zeitung* (BaZ)
- **Für Österreich:** Der *Standard*, der *Kurier*, und die *Presse*

Als Untersuchungszeitraum wurde der 1. bis 15. Oktober 2015 definiert, d.h. die ersten beiden Wochen nach dem direkten Eingreifen Russlands in den Konflikt. Berücksichtigt wurde die gesamte Print- und Online-Berichterstattung der genannten Zeitungen. Nicht berücksichtigt wurden allfällige Sonntagsausgaben, da nicht alle untersuchten Zeitungen

über eine solche verfügen. Insgesamt entsprachen 381 Zeitungsartikel den genannten Kriterien.

In einem ersten Schritt wurden die Artikel anhand ihrer Eigenschaften in folgende Gruppen eingeteilt:

1. **Agenturen:** Meldungen und Berichte von Nachrichtenagenturen (mit Agenturkürzel)
2. **Berichte/Agenturen:** Einfache Berichte (mit Autorennamen), die ganz oder teilweise auf Meldungen von Agenturen basieren
3. **Hintergrund:** Redaktionelle Hintergrundberichte und Analysen
4. **Meinungen/Kommentare:** Meinungsbeiträge und Gastkommentare
5. **Interviews:** Interviews mit Experten, Politikern etc.
6. **Investigativ:** Investigative Recherchen, die neue Informationen oder Zusammenhänge aufdecken

Die folgende Abbildung 1 zeigt die Zusammensetzung der Artikel für die neun untersuchten Zeitungen insgesamt. Wie ersichtlich bestanden 55% der Artikel aus Meldungen und Berichten von Nachrichtenagenturen; 23% aus redaktionellen Berichten auf Basis von Agenturmaterial; 9% aus Hintergrundberichten; 10% aus Meinungen und Gastkommentaren; 2% aus Interviews; und 0% aus investigativen Recherchen.

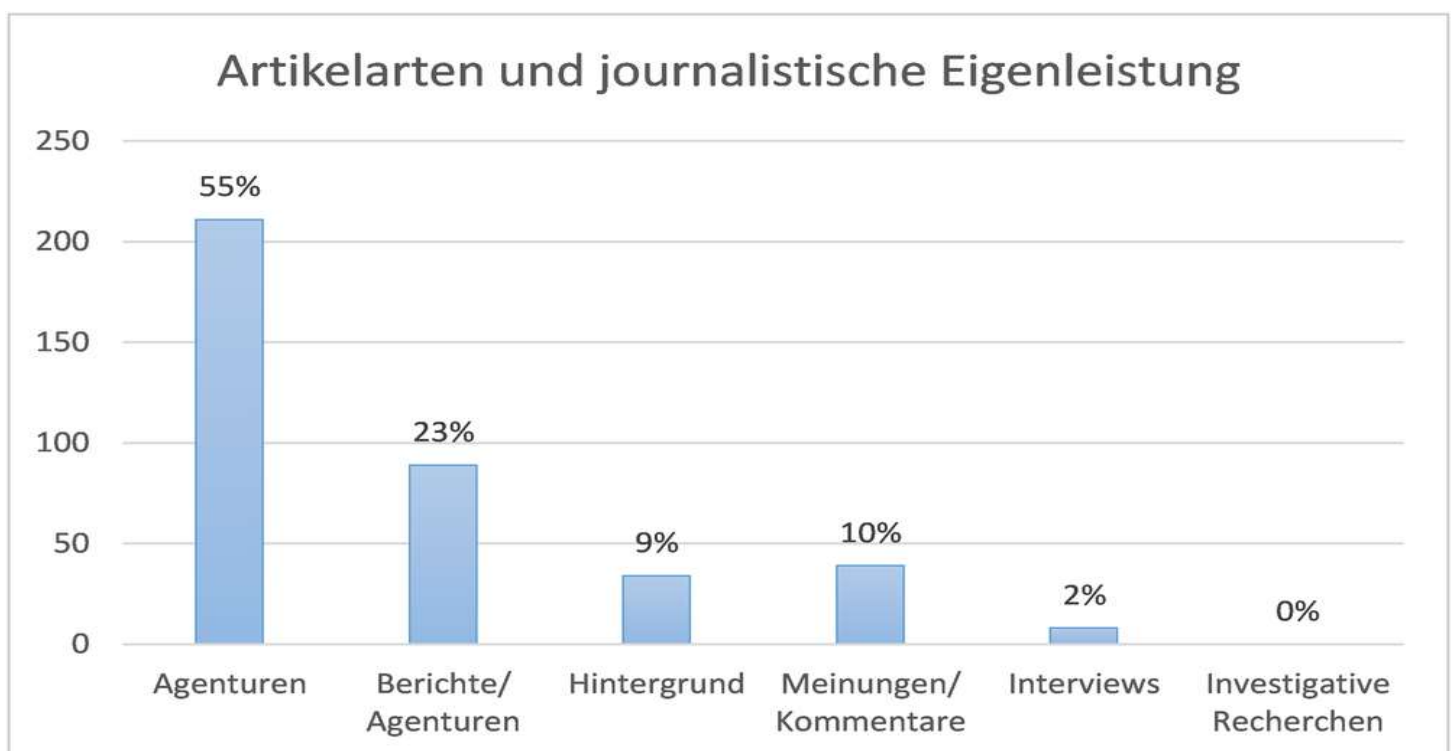


Abbildung 1: Artikelarten und journalistische Eigenleistung (insgesamt; n=381)

Die reinen Agenturtexte – von der kurzen Meldung bis hin zum ausführlichen Bericht – befanden sich dabei mehrheitlich auf den Internetseiten der Tageszeitungen: Auf diesen ist einerseits der Aktualitätsdruck höher als in der gedruckten Ausgabe, andererseits bestehen keine Platzbeschränkungen. Die meisten übrigen Artikelarten fanden sich sowohl in der Online- wie in der gedruckten Ausgabe; einige exklusive Interviews und Hintergrundberichte fanden sich nur in den gedruckten Ausgaben. Sämtliche Artikel wurden für die Untersuchung nur einmal erfasst.

Die folgende Abbildung 2 zeigt dieselbe Klassifikation aufgeschlüsselt pro Zeitung. Die meisten Zeitungen publizierten im Beobachtungszeitraum (zwei Wochen) zwischen 40 und 50 Artikel zum Syrienkonflikt (Print und Online). Einzig bei der deutschen *Welt* waren es mehr (58), bei der *Basler Zeitung* und dem österreichischen *Kurier* hingegen deutlich weniger (29 bzw. 33).

Der Anteil der Agenturmeldungen liegt je nach Zeitung bei knapp 50% (*Welt*, *Süddeutsche*, *NZZ*, *Basler Zeitung*), knapp 60% (*FAZ*, *Tagesanzeiger*), und 60 bis 70% (*Presse*, *Standard*, *Kurier*). Zusammen mit den agenturbasierten Berichten liegt der Anteil bei den meisten Zeitungen zwischen circa 70% (*Basler Zeitung*) und 80%, bei der österreichischen *Presse* bei 88%. Diese Anteile decken sich mit früheren medienwissenschaftlichen Studien (siehe z.B. Blum 1995; Johnston 2011; MacGregor 2013; Paterson 2007).

Bei den Hintergrundberichten lagen die Schweizer Zeitungen vorne (fünf bis sechs Stück), gefolgt von der *Welt*, der *Süddeutschen* und dem *Standard* (je vier) sowie den übrigen Zeitungen (ein bis drei). Die Hintergrundberichte und Analysen widmeten sich insbesondere der Situation und Entwicklung im Nahen Osten, sowie den Motiven und Interessen einzelner Akteure (z.B. Russland, Türkei, »Islamischer Staat«).

Am meisten Kommentare waren indessen bei den deutschen Zeitungen zu beobachten (je sieben Kommentare), gefolgt vom *Standard* (fünf), der *NZZ* und dem *Tagesanzeiger* (je vier). Die *Basler Zeitung* brachte im Beobachtungszeitraum keinen Kommentar, dafür zwei Interviews. Weitere Interviews führten der *Standard* (drei) sowie der *Kurier* und

die *Presse* (je eines). Investigative Recherchen konnten hingegen bei keiner der Zeitungen festgestellt werden.

Insbesondere bei den drei deutschen Zeitungen wurde zudem eine aus journalistischer Sicht problematische Vermischung von Kommentaren und Berichten festgestellt, d.h. Berichte enthielten starke Meinungsäußerungen, obwohl sie nicht als Kommentar gekennzeichnet waren. Die Erfassung für die vorliegende Studie basierte aber in jedem Fall auf der Artikel-Kennzeichnung durch die Zeitung.

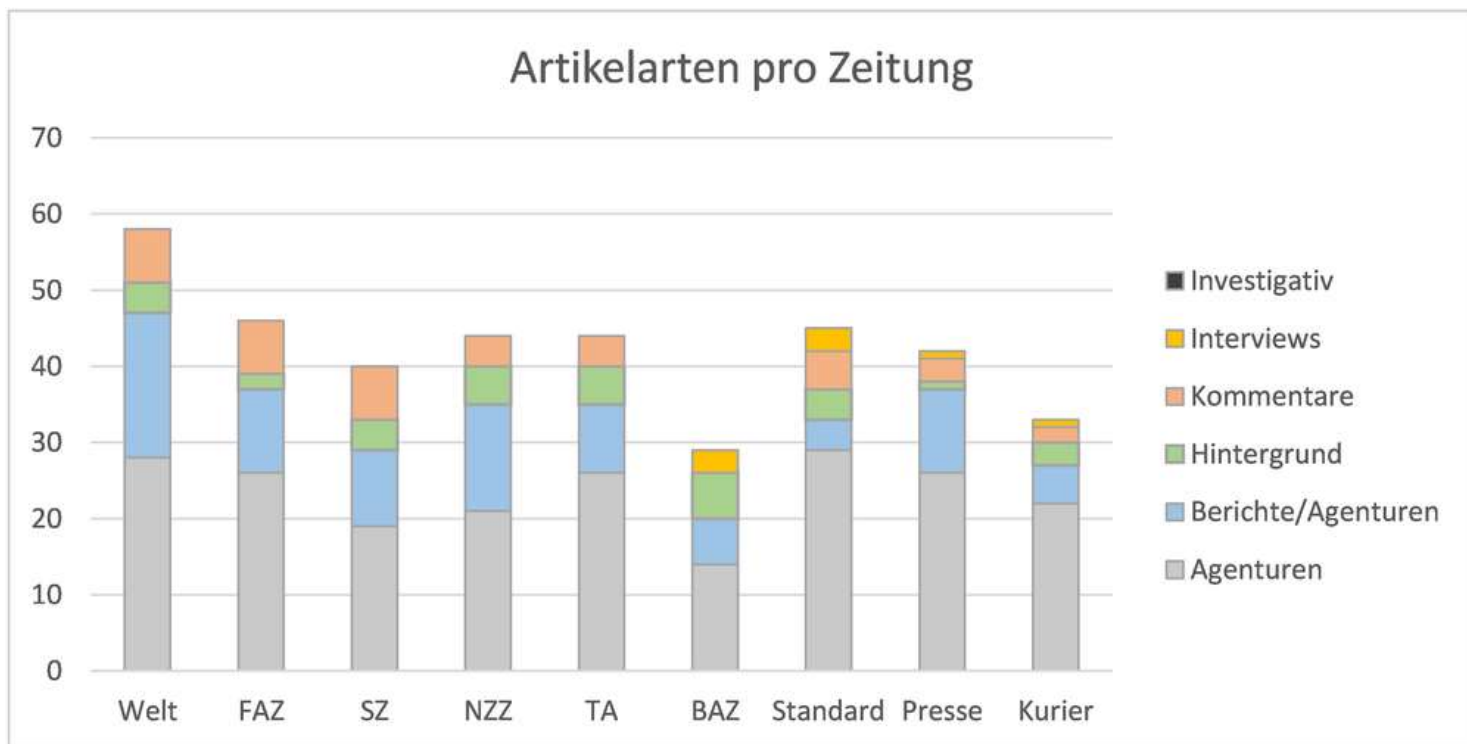


Abbildung 2: Artikelarten pro Zeitung

Die folgende Abbildung 3 zeigt die Aufschlüsselung der Agenturmeldungen (anhand der Agenturkürzel) auf die einzelnen Nachrichtenagenturen, insgesamt und pro Land. Die 211 Agenturmeldungen trugen insgesamt 277 Agenturkürzel (eine Meldung kann aus Material von mehr als einer Agentur bestehen). Gesamthaft stammten 24% der Agenturmeldungen von der AFP; je rund 20% von der DPA, APA und Reuters; 9% von der SDA; 6% von der AP; und 11% waren unbekannt (keine Kennzeichnung oder pauschal "Agenturen").

In Deutschland teilen sich die DPA, AFP und Reuters je etwa ein Drittel der Meldungen. In der Schweiz führen die SDA und die AFP, und in Österreich die APA und Reuters.

Tatsächlich dürften die Anteile der globalen Agenturen AFP, AP und Reuters noch höher liegen, da die schweizerische SDA und die österreichische APA ihre internationalen Meldungen hauptsächlich von den globalen Agenturen beziehen und die deutsche DPA ihrerseits eng mit der amerikanischen AP kooperiert.

Anzumerken ist noch, dass die globalen Agenturen aus historischen Gründen unterschiedlich stark in den verschiedenen Weltregionen vertreten sind. Bei Ereignissen in Asien, der Ukraine oder in Afrika wird der Anteil der einzelnen Agenturen deshalb ein anderer sein als bei Ereignissen im Nahen Osten.

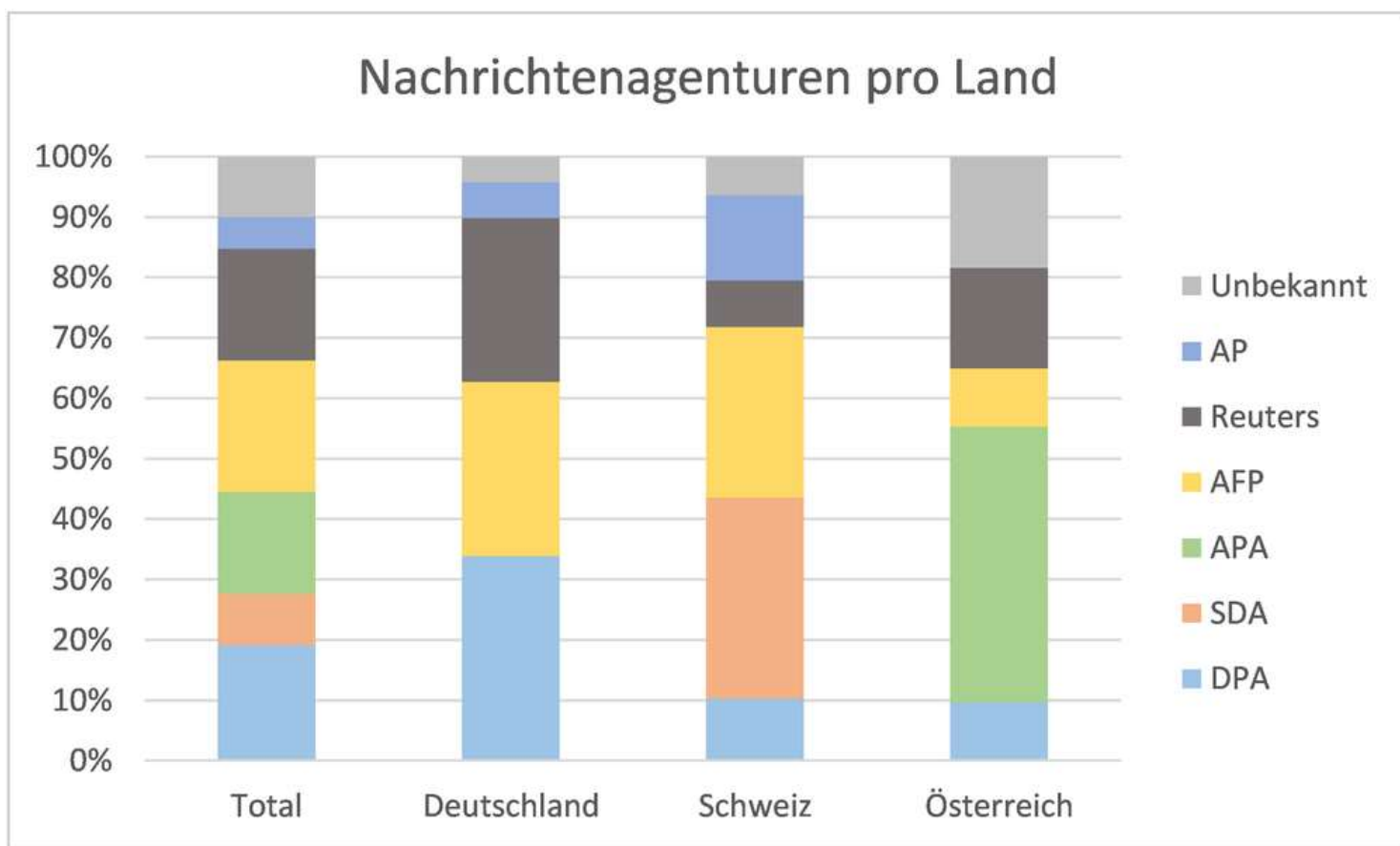


Abbildung 3: Anteil der Nachrichtenagenturen, insgesamt (n=277) und pro Land.

In einem nächsten Schritt wurde anhand der zentralen Aussagen die Ausrichtung von redaktionellen Meinungsbeiträgen (28), Gastkommentaren (10) und Interviewpartnern (7) bewertet (insgesamt 45 Artikel). Wie Abbildung 4 zeigt, fielen 82% der Beiträge grundsätzlich USA/NATO-freundlich aus, 16% waren neutral oder ausgewogen, und 2% waren überwiegend USA/NATO-kritisch.

Zu den Gastkommentatoren und Interviewpartnern zählten unter anderem ein ehemaliger NATO-Generalsekretär (“Staaten der Region sollen Truppen stellen”), der Präsident des amerikanischen *Council on Foreign Relations* (“Syrien und Europas Krise”), der Direktor einer US-Menschenrechtsorganisation (“Assad kann nicht bleiben”), die Büro-Leiterin eines NATO-affinen *Think Tanks* (“Die Spieler von Damaskus”), ein ehemaliger *Senior Transatlantic Fellow* beim *German Marshall Fund* (“Putin und Syrien: Der Diplomatie eine Gasse”), ein ehemaliger deutscher Außenminister und Befürworter des Kosovo-Krieges (“Europa darf seine Grundwerte nicht opfern”), sowie ein *Senior Associate* am *Carnegie Moscow Center* (“Putins krummer Weg nach Damaskus”). Hinzu kamen einige Akademiker an westlichen Universitäten, russische (zumeist Kreml-kritische) Intellektuelle, sowie der nach Europa geflüchtete Direktor des Archäologischen Museums von Aleppo (“Die Zerstörung der Antike wird weitergehen”).

Beim einzigen überwiegend USA/NATO-kritischen Beitrag handelte es sich um einen redaktionellen Meinungsbeitrag im österreichischen *Standard* vom 2. Oktober 2015 mit dem Titel: “*Die Strategie des Regime Change ist gescheitert. Eine Unterscheidung in “gute” und “schlechte” Terrorgruppen in Syrien macht die westliche Politik unglaublich unwirksam.*”

Kommentare und Interviews (gesamt)

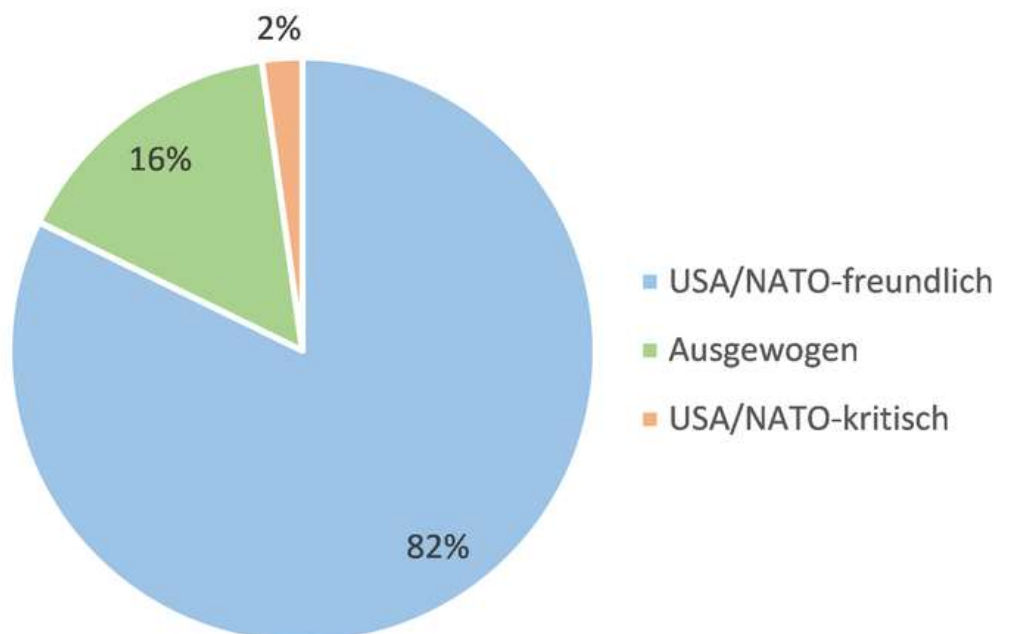


Abbildung 4: Grundsätzliche Ausrichtung der Meinungsbeiträge, Gastkommentare und Interviewpartner (insgesamt; n=45).

Die folgende Abbildung zeigt die Ausrichtung der Meinungsbeiträge, Gastkommentare und Interviewpartner wiederum aufgeschlüsselt auf die einzelnen Zeitungen. Wie ersichtlich brachten die *Welt*, die *Süddeutsche Zeitung*, die *NZZ*, der Zürcher *Tagesanzeiger* und der österreichische *Kurier* ausschließlich USA/NATO-freundliche Meinungs- und Gastbeiträge, die *FAZ* mit Ausnahme eines neutralen/ausgewogenen Beitrags ebenfalls. Der *Standard* brachte vier USA/NATO-freundliche, drei ausgewogene/neutrale, sowie den bereits genannten USA/NATO-kritischen Meinungsbeitrag. Die *Presse* brachte als einzige der untersuchten Zeitungen überwiegend neutrale/ausgewogene Meinungs- und Gastbeiträge. Die *Basler Zeitung* brachte je einen USA/NATO-freundlichen und einen ausgewogenen Beitrag. Kurz nach dem Beobachtungszeitraum (am 16. Oktober 2015) erschien in der *Basler Zeitung* zudem ein Interview mit dem Präsidenten des russischen Parlaments. Dieses hätte selbstredend als ein USA/NATO-kritischer Beitrag gezählt.

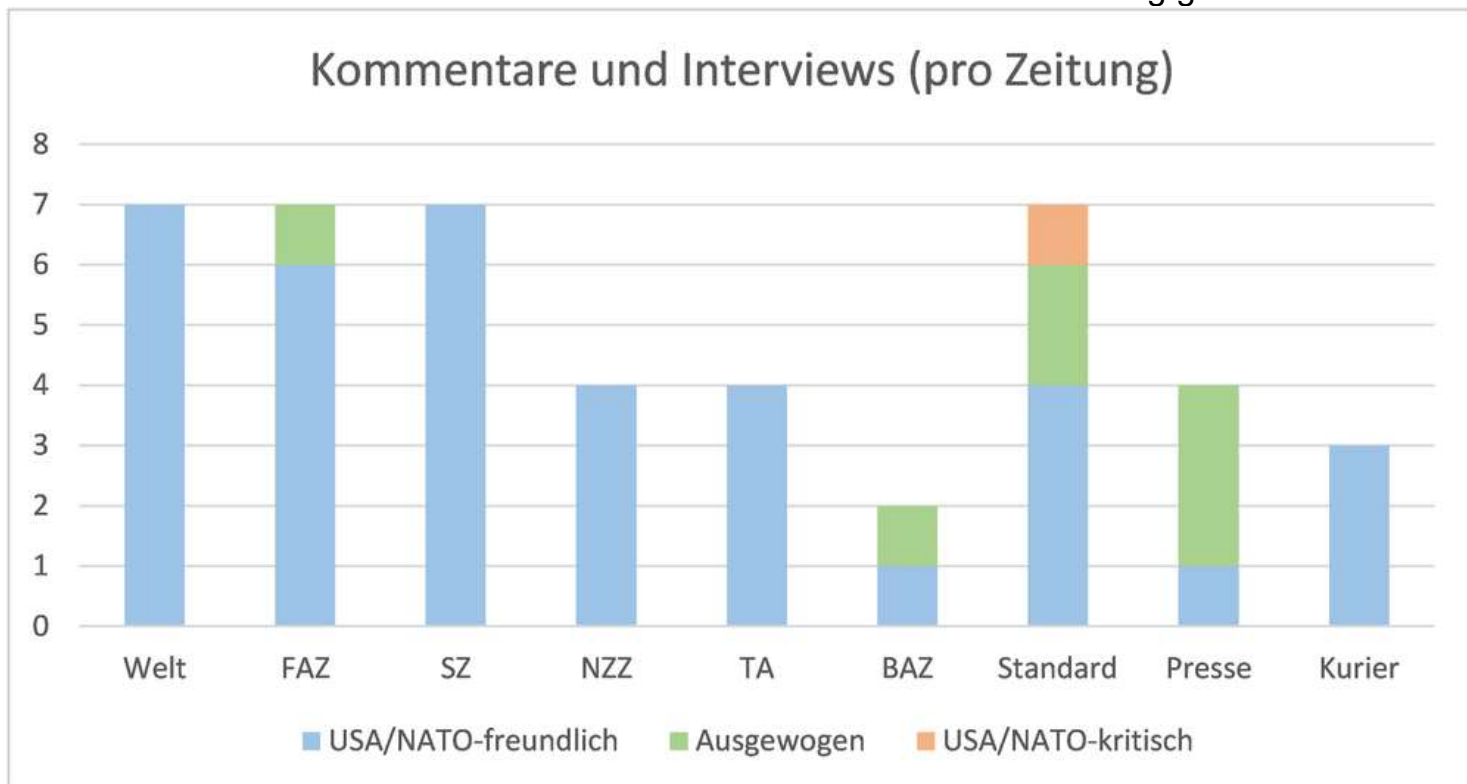


Abbildung 5: Grundsätzliche Ausrichtung der Meinungsbeiträge, Gastkommentare und Interviewpartner (insgesamt).

In einer weiteren Analyse wurde mittels einer Volltext-Stichwortsuche nach "Propaganda" (und Wortkombinationen damit) untersucht, in welchen Fällen die untersuchten Zeitungen

selbst Propaganda bei einer der beiden geopolitischen Konfliktparteien USA/NATO oder Russland identifizierten (nicht berücksichtigt wurde die Konfliktpartei "IS/ISIS"). Insgesamt wurden zwanzig solcher Fälle ermittelt. Abbildung 6 zeigt das Ergebnis: Demnach wurde in 85% der Fälle die Propaganda auf Seiten der Konfliktpartei Russland identifiziert, in 15% war die Verortung neutral oder unbestimmt, und in 0% der Fälle wurde Propaganda auf Seiten der Konfliktpartei USA/NATO verortet.

Anzumerken ist, dass es in ca. der Hälfte der Fälle (neun) die *NZZ* war, die von russischer Propaganda sprach ("Kreml-Propaganda", "Moskauer Propagadamaschine", "Propagandamärchen", "russischer Propagandaapparat" etc.), gefolgt von der *FAZ* (drei), der *Welt* und der *Süddeutschen* (je zwei) und dem *Kurier* (einmal). Die anderen Zeitungen sprachen nicht von Propaganda oder nur in einem neutralen Kontext (oder im Zusammenhang mit dem IS).

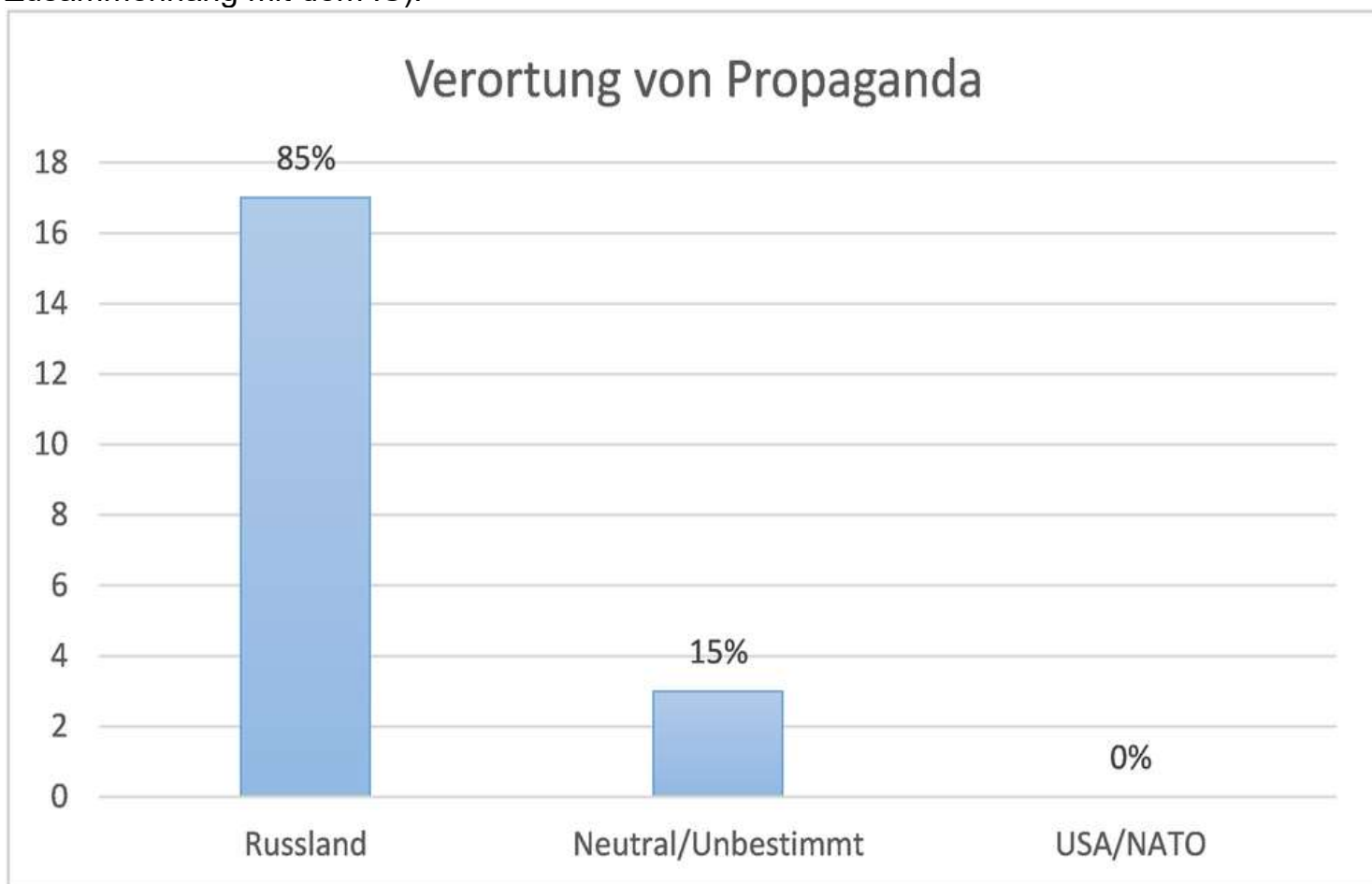


Abbildung 6: Verortung von Propaganda durch die untersuchten Zeitungen (insgesamt; $n=20$).

Fazit

In dieser Fallstudie wurde am Beispiel des Syrienkriegs die geopolitische Berichterstattung von je drei führenden Tageszeitungen aus Deutschland, Österreich und der Schweiz auf Vielfältigkeit und journalistische Eigenleistung hin untersucht.

Die Resultate bestätigen die hohe Abhängigkeit der geopolitischen Berichterstattung von den globalen Nachrichtenagenturen (63 bis 90%; ohne Kommentare und Interviews) bei gleichzeitigem Fehlen von eigener investigativer Recherche, sowie die einseitige Kommentierung der Ereignisse zugunsten der Konfliktpartei USA/NATO (82% positiv vs. 2% kritisch), deren Botschaften von den Zeitungen zudem nicht auf allfällige Propaganda hin überprüft werden.

Literatur

Altschull, Herbert J. (1984/1995): Agents of power. The media and public policy. *Longman*, New York.

Becker, Jörg (2015): Medien im Krieg – Krieg in den Medien. *Springer Verlag für Sozialwissenschaften*, Wiesbaden.

Blum, Roger et al. (Hrsg.) (1995): Die Aktualität. Nachrichtenagenturen in der Schweiz. *Verlag Paul Haupt*, Bern.

Chomsky, Noam (1997): What Makes Mainstream Media Mainstream. *Z Magazine*, MA. ([PDF](#))

Forschungsinstitut für Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich (FOEG) (2011): Jahrbuch Qualität der Medien, Ausgabe 2011. *Schwabe*, Basel. ([PDF](#))

Gritsch, Kurt (2010): Inszenierung eines gerechten Krieges? Intellektuelle, Medien und der "Kosovo-Krieg" 1999. *Georg Olms Verlag*, Hildesheim.

Hird, Christopher (1985): Standard Techniques. *Diverse Reports, Channel 4 TV*. 30. Oktober 1985. ([Link](#))

Höhne, Hansjoachim (1977): Report über Nachrichtenagenturen. Band 1: Die Situation auf den Nachrichtenmärkten der Welt. Band 2: Die Geschichte der Nachricht und ihrer Verbreiter. *Nomos Verlagsgesellschaft*, Baden-Baden.

- Johnston, Jane & Forde, Susan (2011): The Silent Partner: News Agencies and 21st Century News. *International Journal of Communication* 5 (2011), p. 195–214. ([PDF](#))
- Krüger, Uwe (2013): Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse. *Herbert von Halem Verlag*, Köln.
- Luyendijk, Joris (2015): Von Bildern und Lügen in Zeiten des Krieges: Aus dem Leben eines Kriegsberichterstatters – Aktualisierte Neuausgabe. *Tropen*, Stuttgart.
- MacGregor, Phil (2013): International News Agencies. Global eyes that never blink. In: Fowler-Watt/Allan (ed.): Journalism: New Challenges. *Centre for Journalism & Communication Research*, Bournemouth University. ([PDF](#))
- Mükke, Lutz (2014): Korrespondenten im Kalten Krieg. Zwischen Propaganda und Selbstbehauptung. *Herbert von Halem Verlag*, Köln.
- Paterson, Chris (2007): International news on the internet. *The International Journal of Communication Ethics*. Vol 4, No 1/2 2007. ([PDF](#))
- Queval, Jean (1945): Première page, Cinquième colonne. *Arthème Fayard*, Paris.
- Schulten-Jaspers, Yasmin (2013): Zukunft der Nachrichtenagenturen. Situation, Entwicklung, Prognosen. *Nomos*, Baden-Baden.
- Segbers, Michael (2007): Die Ware Nachricht. Wie Nachrichtenagenturen ticken. *UVK*, Konstanz.
- Steffens, Manfred [Ziegler, Stefan] (1969): Das Geschäft mit der Nachricht. Agenturen, Redaktionen, Journalisten. *Hoffmann und Campe*, Hamburg.
- Tilgner, Ulrich (2003): Der inszenierte Krieg – Täuschung und Wahrheit beim Sturz Saddam Husseins. *Rowohlt*, Reinbek.
- Wilke, Jürgen (Hrsg.) (2000): Von der Agentur zur Redaktion. *Böhlau*, Köln.

Sie haben noch nicht genug Information darüber? Na dann – here we go!

Die Propaganda-Matrix

1. Der Council on Foreign Relations

Der Ursprung des Council on Foreign Relations liegt im sogenannten „Trauma von 1920“ [1]: Nach dem Ersten Weltkrieg hätten die USA erstmals die globale Führungsrolle übernehmen können – doch der Senat entschied sich gegen den Beitritt zum Völkerbund und die kriegsmüde Bevölkerung wählte mit Warren Harding einen Präsidenten, der eine „Rückkehr zur Normalität“ [2] versprach und sich zuerst um die Angelegenheiten und Probleme Amerikas und der Amerikaner kümmern wollte.

„Wir sind jetzt ein Imperium, und wenn wir handeln, so erschaffen wir unsere eigene Realität.“ Karl Rove, ehemaliger Leiter des Büros für Strategische Initiativen der US-Regierung

Um ein solches Fiasko künftig zu vermeiden und „Amerika für seine weltweiten Pflichten zu erwecken“, [3] gründeten international orientierte Bankiers, Unternehmer und Politiker im Folgejahr in der Finanz- und Handelsmetropole New York den parteiübergreifenden CFR. Durch die Mitarbeit führender Akademiker und Publizisten, darunter Archibald Coolidge (The United States as a World Power, 1908) und Walter Lippmann (Public Opinion, 1922), sollten Ideen für eine „aktive“ Außenpolitik entwickelt und in der Öffentlichkeit beliebt gemacht werden.

Der Durchbruch gelang dem Council während des Zweiten Weltkriegs, als CFR-Experten im Rahmen der War and Peace Studies [4] die amerikanische Kriegsstrategie sowie die Grundsätze der Nachkriegsordnung formulierten – inklusive den Satzungen von UNO, Weltbank und Weltwährungsfonds [5]. Dabei folgten sie der Vorgabe von CFR-Gründungsdirektor Isaiah Bowman, wonach die USA künftig die „globale Sicherheit garantieren“ müssten, dabei jedoch „konventionelle Formen des Imperialismus“ zu vermeiden hätten, weswegen der Ausübung amerikanischer Macht ein „internationaler Charakter“ zu verleihen sei (Shoup & Minter, 1977:169ff).

Auf diese Weise entstand – nur 170 Jahre nach der Unabhängigkeitserklärung – ein globales American Empire [6], dessen Schlüsselpositionen seitdem nahezu durchgehend von den inzwischen knapp 5000 Vertretern des CFR besetzt wurden (siehe folgende Abbildung sowie Auflistung nach Administration [7]). Das Nachrichtenmagazin Der Spiegel bezeichnete [8] den Council deshalb einst als die „einflussreichste private Institution Amerikas und der westlichen Welt“ und als ein „Politbüro für den Kapitalismus“.

Mit dem Zweiten Weltkrieg erweiterte sich das amerikanische Einflussgebiet erstmals auf (West-)Europa und Ostasien (insbesondere Japan). Um in diesen Regionen lokale Eliten aufzubauen und in die eigenen Planungen miteinzubeziehen, musste der Council sein Netzwerk ergänzen: Für Europa lancierte CFR-Mitglied Charles D. Jackson, Eisenhowers

Assistent für psychologische Kriegsführung, 1954 die sogenannte Bilderberg-Gruppe, während für Ostasien von CFR-Präsident David Rockefeller und CFR-Direktor Zbigniew Brzezinski 1972 die Trilaterale Kommission gegründet wurde.

Beide Organisationen haben zum Ziel, die zentralen geostrategischen Herausforderungen zu erörtern und einen länder- und parteiübergreifenden Konsens zu entwickeln. Der ehemalige französische Premierminister (und Bilderberg-Teilnehmer) François Fillon dürfte insofern nicht unrecht gehabt haben, als er 2013 konstatierte [9]: „Es sind die Bilderberger, die uns regieren.“

2. Die CFR-Matrix

Die erfolgreiche Umsetzung einer geopolitischen Strategie – in Friedens- und insbesondere in Kriegszeiten – wäre undenkbar ohne die wirkungsvolle Beeinflussung der öffentlichen Meinung. Autoritäre Staaten sind hierfür meist auf direkte Regierungspropaganda angewiesen, die indes oft rasch an Glaubwürdigkeit verliert.

Der Council ging dies klüger an: Mit seinen inzwischen knapp 5000 Mitgliedern baute er ein scheinbar vielfältiges und unabhängiges Informationssystem auf, in dem jedoch nahezu alle relevanten Quellen und Bezugspunkte von Mitgliedern des CFR und seiner Partnerorganisationen kontrolliert werden. Auf diese Weise entstand eine historisch einzigartige „Propaganda-Matrix“, deren Elemente und Funktionsweise im Folgenden dargestellt werden.

Eingebettete Medien

Ob Zeitungen, Magazine, Rundfunk oder Internet: Der Council on Foreign Relations war stets darauf bedacht, Eigentümer, Chefredakteure und Top-Journalisten der führenden Medien in seine Strukturen zu integrieren.

In den USA wurden tatsächlich nahezu alle bekannten Medien von CFR-Vertretern gegründet oder bereits vor Jahrzehnten aufgekauft. Dies war möglich, weil für den Betrieb eines einflussreichen Mediums bis dahin erhebliche finanzielle Mittel sowie Zugang zu politischen Entscheidungsträgern erforderlich waren – und über beides verfügt der Council und seine Mitglieder wie kaum eine andere Gruppierung. Selbst moderne Internetunternehmen wie Google und Facebook sind auf höchster Ebene in das Netzwerk des Councils eingebunden – und bisweilen auch an dessen internationalen Operationen [10] beteiligt.

Die traditionellen Medien in (West-)Deutschland wurden nach dem Krieg in einem alliierten Lizenzverfahren [11] gegründet und mit sorgfältig ausgewählten Verlegern und Chefredakteuren besetzt – Strukturen, die sich über verwandtschaftliche und andere

Beziehungen bis heute erhalten haben. Nebst der Bilderberg-Gruppe und der Trilateralen Kommission erfolgt die Einbindung und Sozialisierung der führenden deutschen Medienleute dabei insbesondere über die sogenannte Atlantik-Brücke [12], die 1952 von CFR- und Weltbank-Präsident sowie Hochkommissar für Deutschland, John J. McCloy, zusammen mit CFR-Mitglied und Bankier Eric Warburg – dem Enkel von CFR-Direktor und Federal Reserve Initiant Paul Warburg – gegründet wurde.

Auch die offiziell neutrale Schweiz ist seit dem Zweiten Weltkrieg in die transatlantische Wirtschafts- und Sicherheitsarchitektur integriert und hat in hohem Maße von ihr profitiert. Deshalb liegt eine von transatlantischen Standards abweichende, allzu kritische Medienberichterstattung – die rasch als „feindliche Propaganda“ [13] gewertet und zu unerwünschten politischen oder ökonomischen Komplikationen führen könnte – nicht im Landesinteresse.

In geopolitischen bzw. imperialen Angelegenheiten berichten mithin auch die etablierten Schweizer Medien weitgehend CFR- und NATO-konform [14]. Begünstigt wird diese Konformität durch die zunehmende Medienkonzentration, die dazu führte, dass inzwischen über 90% [15] des Schweizer Marktes von nur fünf Medienhäusern kontrolliert werden. Die strukturelle Einbindung dieser Verlage erfolgt dabei primär über die Bilderberg-Gruppe sowie über zunehmend enge Kooperationen [16] mit deutschen Atlantikbrücke-Medien.

NATO-konform: Die Tagesschau des Schweizer Fernsehens SRF

In den folgenden Grafiken werden die soeben beschriebenen Mediennetzwerke in den USA, Deutschland und der Schweiz anhand der offiziellen Mitglieder- und Teilnehmerlisten erstmals grafisch dargestellt. Wie ersichtlich umfassen sie im Wesentlichen sämtliche sogenannten „Mainstream-Medien“. Diese zugleich abwertende wie anmaßende Bezeichnung kann insofern als eine Umschreibung für CFR-konforme Publikationen begriffen werden.

Obige Medien – sowie einige weitere, kleinere Publikationen – bilden den inneren Ring der Informationsmatrix. Sie suggerieren der Bevölkerung eine scheinbare Informationsvielfalt, vermitteln ihr in Wirklichkeit jedoch eine möglichst homogene und CFR-konforme Sichtweise auf das Weltgeschehen. Hierfür steht den Medien ein umfangreiches Instrumentarium [17] mit über zwei Dutzend verschiedenen Methoden zur Verfügung, die von einer tendenziösen Sprache über die selektive Themenwahl und systematische Ausblendung von Kontext bis hin zur gelegentlichen Falschbehauptung reichen.

Um die langfristige Kohärenz dieser Medienmatrix sicherzustellen, ist jedoch zusätzlich ein äußerer Ring erforderlich, der die Medien mit geeigneten Informationen, Sichtweisen und Deutungsmustern versorgt. Dieser äußere Ring besteht primär aus transatlantischen Regierungen, Militärs, Geheimdiensten, NGOs, Denkfabriken und Experten sowie

Nachrichten- und PR-Agenturen, die ihrerseits allesamt in das weitverzweigte Netzwerk des CFR eingebunden sind, wie die folgenden Abschnitte zeigen.

Nichtregierungsorganisationen (NGOs)

Während Propaganda in autoritären Staaten zumeist direkt von der Regierung ausgeht (und entsprechend einfach zu durchschauen ist), spielen in der CFR-Matrix die sogenannten Nichtregierungsorganisationen (NGOs) eine besondere Rolle, da sie der Bevölkerung eine Regierungsferne und mithin eine größere Unabhängigkeit und Glaubwürdigkeit suggerieren.

Tatsächlich sind die Direktoren [18] von Amnesty International (AI), Human Rights Watch (HRW) und vieler weiterer vordergründig humanitärer Organisationen jedoch seit Jahrzehnten in den Council eingebunden [19], während zahlreiche andere von CFR-Milliardären wie George Soros finanziert und gelenkt werden. Letzterer betreibt dabei durchaus keine eigenständige Außenpolitik, sondern unterstützt lediglich die internationalen Operationen des Councils im Rahmen seiner (beträchtlichen) Möglichkeiten und mit einem Fokus auf mehr oder weniger bunte Revolutionen [20].

Während diese NGOs unterm Jahr bisweilen durchaus sinnvolle, indes überwiegend folgenlose Arbeit leisten (z.B. Berichte zur internationalen Menschenrechtslage verfassen), kommt ihre geopolitische Funktion immer dann zum Einsatz, wenn es gilt, einen Regime Change vorzubereiten oder eine Militärintervention humanitär zu legitimieren.

So „verifizierte“ [21] Amnesty International bereits 1991 öffentlich die von einer amerikanischen PR-Firma erfundene „Brutkastenlüge“ [22] und trug damit wesentlich zur Lancierung des Golfkriegs bei. Auch auf dem Balkan, in Afghanistan („NATO: keep the progress going!“) [23], dem Irak und Libyen forderten AI und HRW auf Basis fragwürdiger bis falscher Behauptungen [24] „humanitäre“ Militärinterventionen.

Im Syrienkrieg hatte Human Rights Watch nach dem Giftgasangriff vom Sommer 2013 alsbald ein Gutachten [25] zur Hand, welches die Täterschaft der syrischen Regierung belegen und damit eine NATO-Intervention begründen sollte. Das Gutachten stellte sich in einer späteren Analyse von MIT-Forschern freilich als fabriziert [26] heraus – für CFR-Medien wohl auch künftig kein Grund zur Skepsis.

HRW-Direktor und CFR-Mitglied Kenneth Roth auf der Deutschen Welle

Im ostafrikanischen Eritrea, das sich den amerikanischen Hegemonialansprüchen seit seiner Unabhängigkeit von Äthiopien 1993 widersetzt hat, wurden Amnesty International und Human Rights Watch 2011 sogar auf frischer Tat bei einer Regime-Change-Operation ertappt [27]: In geheimer Mission infiltrierten teils als Nonnen getarnte Mitarbeiter das Land, um ein verdecktes Netzwerk aufzubauen, das später auf Kommando landesweite Proteste

auslösen sollte. In einem abgefangenen Schreiben der Amnesty-Direktorin für „Spezialprogramme in Afrika“ heißt es: „Unser Ziel ist es, dass das Regime von Issayas Afewerky bis Ende des Jahres ins Wanken gerät und gestürzt werden kann.“

Neben den permanenten NGOs wie Amnesty und HRW gründen und finanzieren [28] CFR-geführte Institutionen wie USAID und NED für einzelne Konflikte bei Bedarf zusätzlich temporäre Organisationen, die lokale Aufgaben übernehmen und sich nahtlos in die Matrix einfügen lassen. In Syrien entstanden auf diese Weise etwa die Syrische Beobachtungsstelle für Menschenrechte, das Aleppo Media Center [29] oder die berühmten Weißhelme, die die westlichen Agenturen und Medien mit dramatischen und nicht immer über alle Zweifel erhabenen Bildern und Informationen versorgten [30].

Ein Mitarbeiter der Weißhelme zeigt auf den UNO-Hilfskonvoi, der am 20. September 2016 in der Nähe von Aleppo unter ungeklärten Umständen ausbrannte, und beschuldigt Russland und Syrien.

Selbstverständlich gibt es auch zahlreiche aufrichtige und unabhängige NGOs, die sich ernsthaft für den Frieden und die Menschenrechte engagieren. Nur sind diese zumeist mit wesentlich weniger Mitteln ausgestattet, und kommen in CFR-Medien kaum je zu Wort – insbesondere nicht in geostrategisch entscheidenden Momenten.

Denkfabriken und Experten

Eine weitere wichtige Funktion in der CFR-Matrix nehmen die sogenannten Denkfabriken (Think Tanks) und Experten wahr. Diese versorgen die Medien und die Öffentlichkeit mit scheinbar fundierten und objektiven Einschätzungen und Analysen. Tatsächlich sind jedoch nahezu alle Experten, die in CFR-konformen Medien zu Wort kommen, ihrerseits in das transatlantische Netzwerk des Councils integriert – wobei dies dem Publikum zumeist nicht mitgeteilt wird.

In den USA betrifft dies etwa die Brookings Institution, die RAND Corporation, den NATO-nahen Atlantic Council, das Aspen Institute oder das Center for Strategic and International Studies (CSIS), die allesamt von CFR-Kadern geführt werden. Auch der Gründer des „investigativen Journalisten-Kollektivs“ Bellingcat – das CFR-Medien in der Ukraine-Krise und im Syrienkrieg mit einschlägigen Analysen belieferte – tauchte alsbald als Senior Non-Resident Fellow beim Atlantic Council auf.

Hinzu kommen Dutzende von Politik-, Wirtschafts- und Geschichtsprofessoren sowie die Präsidenten der meisten amerikanischen Eliteuniversitäten, die als CFR-Mitglieder für einen

konformen Forschungs- und Lehrbetrieb sorgen und den Medien als Experten zur Verfügung stehen (siehe erste Abbildung).

In Deutschland zählen zu den in CFR-Medien gefragten Denkfabriken insbesondere die Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik (DGAP) – die 1955 vom CFR mitgegründet und vom ehemaligen Atlantikbrücke-Chef Arendt Oetker präsiert wird – sowie die von einem BND-Geheimdienstler auf Anraten von CFR-Direktor Kissinger gegründete Stiftung Wissenschaft und Politik (SWP). Die SWP wird hauptsächlich von der deutschen Bundesregierung finanziert und von Volker Perthes geleitet, der gleichzeitig Mitglied in der Atlantikbrücke, der Trilateralen Kommission, der Bilderberg-Gruppe und der DGAP ist und damit zu den führenden Transatlantikern Deutschlands zählt.

SWP-Direktor Volker Perthes in den ARD-Tagesthemen (ARD)

Die SWP ist indes nicht nur eine Denkfabrik, sondern auch ein Planungsbüro: So organisierte sie 2012 in Berlin zusammen mit dem „US Institute of Peace“ – das vom ehemaligen US-Sicherheitsberater und CFR-Mitglied Stephen Hadley geleitet wird – eine Serie von Workshops mit syrischen Oppositionellen und Rebellen, um die Zeit nach dem anvisierten Regierungssturz zu planen (Projekt „Day After“) [33].

In der Schweiz gibt es mit Ausnahme des ETH Center for Security Studies kaum noch nennenswerte geopolitische Institute. Das Schweizer Fernsehen und Zeitungen wie die NZZ greifen für ihre Interviews und Gastbeiträge deshalb ebenfalls gerne auf SWP-Experten und andere deutsche Transatlantiker zurück – wobei deren einschlägige Verbindungen üblicherweise nicht offengelegt werden.

Unabhängige Experten – an Fachwissen ihren transatlantischen Kollegen nicht selten überlegen – haben in den CFR-Medien hingegen einen schweren Stand: Die meisten von ihnen werden schlicht ignoriert, während besonders kritische Köpfe sogar mit Diffamierungskampagnen rechnen müssen, wie sie zuletzt der deutsche Islamwissenschaftler und Syrienkenner Michael Lueders oder der Schweizer Historiker und Experte für verdeckte Kriegsführung Daniele Ganser erlebten.

Militär

Auch das Militär der USA und der NATO-Staaten ist ein integraler Bestandteil der CFR-Matrix und spielt insbesondere in Krisen- und Kriegszeiten eine entscheidende Rolle.

Der CFR unterhält seit Jahrzehnten ein eigenes Ausbildungsprogramm für Offiziere, sodass inzwischen Schätzungen zufolge rund 75% [34] aller höheren US-Militärs vom CFR ausgebildet wurden – inklusive nahezu aller Generalstabschefs, NATO-Oberbefehlshaber und Gebietskommandeure seit dem Zweiten Weltkrieg (siehe erste Abbildung und Auflistung

pro Administration) [35]. Auf diese Weise hat sich der Council eine ideologisch geschulte, imperiale Streitkraft aufgebaut, wie man dies sonst fast nur von totalitären Regimen her kennt.

Ulrich Tilgner, der langjährige Nahost-Korrespondent des ZDF und Schweizer Fernsehens, beschrieb [36] die Interaktion zwischen Medien und Militär im Rückblick auf den Irak-Krieg von 2003 wie folgt:

„Mit Hilfe der Medien bestimmen die Militärs die öffentliche Wahrnehmung und nutzen sie für ihre Planungen. Sie schaffen es, Erwartungen zu wecken und Szenarien und Täuschungen zu verbreiten. In dieser neuen Art von Krieg erfüllen die PR-Strategen der US-Administration eine ähnliche Funktion wie sonst die Bomberpiloten. Die Spezial-Abteilungen für Öffentlich-keits-arbeit im Pentagon und in den Geheim-diensten sind zu Kombattanten im Informationskrieg geworden.

Dabei nutzen die amerikanischen Militärs die mangelnde Transparenz der Berichterstattung in den Medien gezielt für ihre Täuschungsmanöver. Die von ihnen gestreuten Informationen, die von Zeitungen und Rundfunk aufgenommen und verbreitet werden, können Leser, Zuhörer oder Zuschauer unmöglich bis zur Quelle zurückverfolgen. Somit gelingt es ihnen nicht, die ursprüngliche Absicht der Militärs zu erkennen. ... Journalisten werden so als Mittel genutzt, den Kriegsgegner in die Irre zu führen. Information wird zum Bestandteil der Kriegsführung: zum Informationskrieg.“ (Tilgner, Der inszenierte Krieg, 2003/2007)

Tilgners Einschätzung wurde von Tom Curley, dem ehemaligen Chef der amerikanischen Nachrichtenagentur Associated Press, bestätigt. Curley machte in einem Vortrag von 2009 publik, dass allein das Pentagon 27'000 PR-Spezialisten [37] beschäftigt, die mit einem jährlichen Budget von fast 5 Milliarden Dollar Propaganda und Desinformation produzieren. Zudem hätten hohe US-Generäle gedroht, dass man die AP und ihn „ruinieren“ werde, falls die Reporter allzu kritisch über das US-Militär berichten sollten. Dennoch – oder deswegen – übernehmen CFR-Medien die Verlautbarungen des US- und NATO-Militärs zumeist gänzlich unkritisch.

Die Symbiose zwischen Militär und Medien reicht somit weit über die berüchtigten „eingebetteten Journalisten“ hinaus. Unabhängige Investigativ-Journalisten haben hingegen einen schweren Stand: Sie werden von NATO-Mitgliedern gemäß Wikileaks-Dokumenten als eines der größten Sicherheitsrisiken eingestuft [38] – und entsprechend behandelt [39].

Geheimdienste

Seit dem Zweiten Weltkrieg waren nahezu alle CIA-Direktoren Mitglieder des Councils. Bereits die Vorgängerorganisation der CIA, das Office of Strategic Services (OSS), wurde von den CFR-Mitgliedern Allen Dulles und William J. Donovan gegründet und geleitet. Insofern dürfte die CIA eher als ein verdeckt operierender Arm des Councils zu sehen sein, und weniger als ein klassischer, ausschließlich dem US-Präsidenten unterstellter Geheimdienst.

Damit erscheint auch die bekannte Operation Mockingbird in einem etwas anderen Licht. Mitte der 70er Jahre wurde publik, dass die CIA in nahezu allen US-Medien über Konfidenten verfügte [40] und diese mit Information bzw. Desinformation belieferte. Allerdings waren die Chefs dieser Medien ohnehin längst in den Council eingebunden und saßen mit den Direktoren der CIA am selben Tisch – von einer subversiven Unterwanderung ansonsten unabhängiger Medien kann insofern nicht wirklich gesprochen werden. Beendet haben soll dieses Programm übrigens CIA- und CFR-Direktor George H.W. Bush – zumindest stand dies damals so in den Zeitungen.

Dass auch einige deutschsprachige Top-Journalisten eng mit Geheimdiensten zusammenarbeiten, dies zeigt beispielhaft der Fall von Otto Schulmeister. Schulmeister war langjähriger Chefredakteur der Presse, einer der traditionsreichsten Tageszeitungen Österreichs. Dabei unterhielt er enge Kontakte zur CIA und wurde vom Geheimdienst laufend mit „Material“ versorgt. In der CIA-Zentrale freute man sich über die gute Zusammenarbeit, wie in seinem kürzlich deklassifizierten Dossier nachzulesen [41] ist: „Material ausgehändigt. Es erschien ein Leitartikel nach unseren Anweisungen.“

Anschlag auf den Bahnhof von Bologna, 1980: Eine Gladio-Operation

Das Besondere an Geheimdiensten wie der CIA ist indes, dass sie nicht nur in der Gewinnung und Verarbeitung von Information tätig sind, sondern auch verdeckte Operationen durchführen. Beispielsweise organisierten britische und amerikanische Geheimdienste zusammen mit der NATO während des Kalten Kriegs Dutzende Bombenanschläge in Westeuropa, die sodann kommunistischen und arabischen Gruppierungen angelastet wurden (Operation Gladio) [42]. CFR-konforme Medien verbreiteten dabei stets das offizielle Narrativ und stellten keine kritischen Fragen – ein Mechanismus, der sich bis heute beobachten lässt.

Auf diese Weise kann das Netzwerk des Councils von der verdeckten Operation bis hin zur medialen Berichterstattung eine ganze Ereigniskette dirigieren und so eine künstliche Realität erschaffen, mit der sich die Öffentlichkeit nahezu beliebig lenken lässt. Oder wie es der ehemalige CIA-Direktor und Council-Vertreter William Casey einst formulierte [43]: „Unser Desinformationsprogramm wird erst abgeschlossen sein, wenn alles, was die Öffentlichkeit glaubt, falsch ist.“

Regierungen

Bis zur überraschenden Wahl von Donald Trump besetzte der Council während Jahrzehnten nahezu alle Schlüsselpositionen in der US-Regierung und stellte pro Administration – ob demokratisch oder republikanisch – mehrere hundert Spitzenbeamte und Berater. Der ehemalige US-Senator Barry Goldwater sagte [47] dazu einst: „Wenn wir die Präsidenten wechseln, dann bedeutet dies, dass die Wähler einen Wechsel in der nationalen Politik wünschen. Bisher gab es zwar stets einen großen Wechsel an Personal, aber keinen Wechsel in der Politik, denn ein CFR-Mitglied löste das andere ab.“

Andere Regierungen im Einflussbereich der USA haben meist nur geringen Einfluss und Spielraum, wenn es um geopolitische bzw. imperiale Angelegenheiten geht. Werner Weidenfeld, der langjährige Koordinator der deutschen Bundesregierung für die deutsch-amerikanische Zusammenarbeit, erklärte [48] dies in einem Interview wie folgt: „Wenn wir in einer ernsten Frage anderer Auffassung sind [als die Amerikaner], dann kommt Geheimdienstmaterial auf den Tisch, das Deutschland belastet, und [es heißt:] entweder ihr macht mit, oder ihr seid dran.“

Werner Weidenfeld bei „Beckmann“

Auch die offiziell neutrale Schweiz kann sich den geopolitischen Zwängen nicht entziehen: Würde sich die Eidgenossenschaft beispielsweise nicht an den US-initiierten Sanktionen gegen Russland, Syrien oder den Iran beteiligen, dann gäbe es eben Sanktionen gegen die Schweiz (wie sie im Rahmen des Hotz-Linder-Abkommens [49] schon einmal angedroht wurden) – mit verheerenden Folgen für die Schweizer Wirtschaft und Gesellschaft. Entsprechend zurückhaltend berichten staatstragende Medien über derartige Themen.

Innerhalb der Matrix nehmen Regierungen verschiedene Aufgaben wahr. Einerseits zählen sie natürlich seit jeher zu den Hauptakteuren in der unmittelbaren Verbreitung von Propaganda. Im Vergleich zu autoritären Staaten profitieren Demokratien dabei vom Umstand, dass ihre durch Propaganda „belasteten“ Regierungen alle paar Jahre durch frische Nachfolger mit neuem Vertrauensvorschuss [50] abgelöst werden – wobei sich an den geopolitischen Machtverhältnissen und Mechanismen durch den Regierungswechsel freilich nichts ändert

Noch wesentlich grundlegender ist jedoch der staatliche Einfluss auf das Bildungswesen, durch welches das Welt- und Geschichtsbild einer Bevölkerung nachhaltig geformt wird. Insbesondere die Geschichtsschreibung ist ein essentielles Instrument, um „Gut“ und „Böse“ zu definieren und das Selbstverständnis von Ländern zu prägen. Und obwohl jeder weiß, dass „der Sieger die Geschichte schreibt“, sind sich nur wenige bewusst, dass dem tatsächlich so ist.

CFR-Medien tragen das Ihre dazu bei, die imperiale Geschichtsschreibung in der Öffentlichkeit präsent zu halten, während es kritischen Historikern („Revisionisten“) oft noch

schlechter ergeht als ihren Kollegen im Journalismus. Denn es gilt das Diktum von George Orwell: „Wer die Vergangenheit kontrolliert, kontrolliert die Zukunft. Wer die Gegenwart kontrolliert, kontrolliert die Vergangenheit.“

Hollywood

Nebst den traditionellen Medien ist auch die Filmindustrie in Hollywood ein fester Bestandteil der CFR-Matrix, zumal die Chefs aller bekannten Filmstudios – von Disney über Universal bis 20th Century Fox – in den Council eingebunden sind. Deshalb erstaunt es nicht, dass Hollywood von American Sniper bis Zero Dark Thirty einen Propagandastreifen nach dem anderen in die Kinos bringt und damit – zusätzlich zum Schulunterricht – das Welt- und Geschichtsbild breiter Bevölkerungsschichten auf mehr oder weniger subtile Art und Weise beeinflusst.

Die Filmstudios agieren dabei nicht unabhängig von den übrigen Akteuren der CFR-Matrix: Gemäß kürzlich veröffentlichten Dokumenten [56] haben Pentagon und CIA die Drehbücher von mindestens 800 Kinofilmen und über 1000 TV-Produktionen bis in einzelne Dialoge und Figuren hinein bearbeitet, um dem Publikum die gewünschten Botschaften und Stereotype zu vermitteln. Besonders lohnenswert ist dieser Aufwand, wenn es Ende des Jahres für die jeweilige Filmproduktion einen Oscar gibt – so wie zuletzt für den „Dokumentarfilm“ [57] über die ominösen Weißhelme in Syrien.

„Der Kinofilm ist eines der mächtigsten Propagandawerkzeuge, die den Vereinigten Staaten zur Verfügung stehen.“

Zitat aus: Der Film als Waffe in der psychologischen Kriegsführung, Memo des US-Geheimdienstes OSS [58]

Doch nicht nur Filmstudios, auch einige der bekanntesten Hollywood-Stars sind Mitglied im CFR und engagieren sich für dessen internationale Projekte. Wenn Angelina Jolie nach Libyen fliegt, um mit den NATO-Revolutionären Solidarität [59] zu zeigen und sie für ihren Einsatz zu loben [60], oder wenn George Clooney sich (der hungernden Kinder wegen) für die Aufspaltung des (ölreichen und China-freundlichen) Sudans unter US-Aufsicht einsetzt [61], dann berichten CFR-Medien ausführlich [62] darüber – und erwähnen dabei nur eines nicht: dass diese Schauspieler selbst Mitglieder des Councils sind.

Nachrichtenagenturen

Eine besondere Rolle in der Informationsmatrix nehmen die Nachrichtenagenturen ein. Der ehemalige Geschäftsführer der österreichischen Nachrichtenagentur APA beschrieb ihre Funktion mit diesen Worten: „Nachrichtenagenturen stehen selten im Blickpunkt des öffentlichen Interesses. Dennoch sind sie eine der einflussreichsten und gleichzeitig eine der am wenigsten bekannten Mediengattungen. Sie sind Schlüsselinstitutionen mit substanzieller Bedeutung für jedes Mediensystem. Sie sind das unsichtbare Nervenzentrum, das alle Teile dieses Systems verbindet.“ (Segbers 2007, S.10)

Tatsächlich stammen bei internationalen Ereignissen nahezu alle Texte und Bilder, die CFR-Medien verwenden, von nur drei globalen Nachrichtenagenturen: der amerikanischen Associated Press (AP), der britisch-kanadischen Thomson-Reuters, und der französischen Agence France-Presse (AFP). Selbst internationale Korrespondenten müssen sich für ihre Arbeit zumeist auf diese Agenturen verlassen, wie der langjährige holländische Kriegsberichterstatler Joris Luyendijk in seinem Buch „Von Bildern und Lügen in Zeiten des Krieges“ [63] eindrucksvoll beschrieb.

Die Dominanz der drei globalen Agenturen hat einerseits zur Folge, dass sich in CFR-Medien von Wien bis Washington meist in etwa dieselben Informationen finden – und dieselben Informationen fehlen. Andererseits erleichtert die zentrale Informationsdistribution jenen Akteuren die Arbeit, die in entscheidenden Momenten Propaganda und Desinformation in das weltweite Mediensystem einspeisen möchten.

Reuters-Kriegskorrespondent Fred Bridgland beschrieb dies in einer bemerkenswerten Reportage [64] des britischen Channel 4 wie folgt: „Wir basierten unsere Berichte auf offiziellen Mitteilungen. Erst Jahre später erfuhr ich, dass in der US-Botschaft ein Desinformations-Experte der CIA saß und diese Mitteilungen erfand, die überhaupt keinen Bezug zur Realität hatten. Aber ehrlich gesagt, egal was die Agenturen publizieren, es wird von den Redaktionen sowieso aufgenommen.“

Während Reuters und AP direkt in den Council eingebunden sind, gehört die AFP dem französischen Staat, der seinerseits über die Bilderberg-Gruppe und die NATO in die transatlantischen Strukturen integriert ist. Im Endeffekt fungieren die globalen Agenturen dadurch als eine Art „Propaganda-Multiplikator“ [65], mit dem CFR-Operateure und ihre Partner die gewünschten Botschaften weltweit verbreiten können. Dabei profitieren sie vom Umstand, dass die Agenturen im Normalfall absolut seriös arbeiten und deshalb einen ausgezeichneten Ruf genießen.

Nur dank den drei globalen Agenturen gelangten etwa die zweifelhaften Berichte der Syrischen Beobachtungsstelle für Menschenrechte oder die fragwürdigen Ukraine-Analysen von Bellingcat an hunderte internationale Medien und dadurch an ein weltweites Milliardenpublikum.

Auch die Bilder des ausgebrannten UN-Hilfskonvois bei Aleppo im September 2016 sowie des „Giftgasangriffs“ auf Khan Sheikhoun im April 2017 – beide Ereignisse sind bis heute nicht aufgeklärt – gingen um die Welt und sorgten für massive diplomatische und sogar militärische Reaktionen. Die Fotos stammten in beiden Fällen von den zwei selben, in US-unterstützte Milizen eingebetteten, Agenturfotografen [66].

Die Arbeiten unabhängiger Reporter schaffen es bei geopolitisch brisanten Ereignissen hingegen kaum in die Nachrichten. Der Norweger Jan Oberg war im Dezember 2016 als einer von wenigen Fotografen im rückeroberten Aleppo vor Ort, doch seine Bilder [67] konnte er in keinem Medium unterbringen – sie hätten „nicht ins westliche Narrativ gepasst“ [68]. Und der langjährigen Nahost-Korrespondentin und Syrien-Kennerin Karin Leukefeld wurde mitgeteilt, man könne ihre Reportagen nicht mehr verwenden, da sie sich nicht an die „einschlägigen Agenturmeldungen“ [69] halte.

Chefs von Nachrichtenagenturen haben aufgrund ihres Überblicks über die Medienlandschaft mitunter aber noch ganz andere Aufgaben [70]: So war der Direktor der Schweizerischen Depeschenagentur SDA während des Kalten Krieges persönlich dafür zuständig, der „Linkslastigkeit“ verdächtige Schweizer Journalisten zwecks Fichierung und Observation der Bundespolizei zu melden.

PR-Agenturen

Was Regierungen, Militärs und Geheimdienste nicht selbst durchführen können oder wollen, das übernehmen externe PR-Agenturen. Die bekannte „Brutkastenlüge“ wurde etwa von der US-Agentur Hill & Knowlton inszeniert, indem die Tochter des kuwaitischen Botschafters zur Krankenschwester gemacht und auf ihre Falschaussage vor dem US-Kongress vorbereitet wurde.

Die Schlüsselfigur war damals John E. Porter, der den Kongressausschuss leitete und gleichzeitig mit der PR-Agentur kooperierte. Angesichts solcher Kollusion forderte selbst die CFR-konforme New York Times Konsequenzen – und die gab es tatsächlich: Porter wurde kurz darauf in den Council gewählt.

Die Brutkastenlüge: „Krankenschwester“ Nayirah vor dem US-Kongress, 1991

Der Golfkrieg war eben erst beendet und die Brutkastenlüge aufgedeckt, da war die US-Agentur Rudder Finn bereits in den Balkankriegen aktiv [71] und bereitete den publizistischen Boden für die folgende NATO-Intervention [72]. Der damalige Direktor von Rudder Finn erklärte in einem späteren Interview [73], warum seine Firma beispielsweise die Falschmeldung von serbischen „Todeslagern“ in Bosnien verbreitete:

„Unsere Arbeit ist nicht, Informationen zu überprüfen. Dafür sind wir nicht ausgerüstet. Unsere Arbeit ist es, die Zirkulation von für uns günstigen Informationen zu beschleunigen und sorgfältig ausgewählte Ziele zu erreichen. Wir haben die Existenz von Todeslagern in Bosnien nicht bestätigt, wir haben nur bekannt gemacht, dass [das US-Magazin] Newsday diese behauptet hat. Wir sind Professionals. Wir hatten einen Job und wir erledigten ihn. Wir sind nicht bezahlt um moralisch zu sein.“

Als der Auslandschef einer Schweizer Wochenzeitung diese und andere Kriegslügen Mitte der 1990er Jahre einem deutschsprachigen Publikum bekannt machen wollte, intervenierten umgehend bekannte Medienhäuser aus Deutschland und der Schweiz bei seinem Verleger

und sorgten dafür, dass er zu Bosnien vorläufig nichts mehr schreiben durfte und gar seine Absetzung diskutiert wurde [74].

Auch im Syrienkrieg waren PR-Profis gefragt. Ein Höhepunkt war hierbei zweifellos das „siebenjährige Twitter-Mädchen Bana Alabed“ [75], welches der Bevölkerung in den NATO-Staaten in bestem Englisch versicherte, dass die Rückeroberung Aleppos durch die syrische Armee und Russland keine Befreiung, sondern ein neuer „Holocaust“ sei. CFR-Medien berichteten während Wochen [76] über das Kind.

Schließlich wurde bekannt, dass „Bana“ bei der britischen PR-Agentur The Blair Partnership unter Vertrag ist [77], bei der auch Harry-Potter-Autorin J.K. Rowling mitwirkt, die ihr zuvor medienwirksam eines ihrer Bücher zukommen ließ. Keine Geschenke gab es hingegen für einen deutschen Blogger, der dem Magazin Stern wegen unkritischer Verbreitung der Bana-Geschichte „Fake News“ vorwarf: Er wurde umgehend verklagt [78].

Ein weiteres Spezialgebiet von PR-Agenturen ist das sogenannte Astroturfing [79], bei dem eine künstliche öffentliche Bewegung lanciert wird, um ein politisches Ziel zu erreichen. Besonders beliebt sind hierzu Online-Petitionen vermeintlich humanitärer Organisationen wie Avaaz [80] oder Campact [81], die dann statt Unterstützung für den Regenwald plötzlich eine „Flugverbotszone“ über Libyen fordern.

3. Journalisten in der Matrix

Ein entscheidender Aspekt der CFR-Matrix besteht darin, dass auch gewöhnliche Journalisten in sie eingeschlossen sind. Viele Journalisten dürften mithin selbst an die ihnen vorgesetzten Narrative glauben, während andere wie PR-Profis arbeiten und ihre Beiträge einfach mit dem gewünschten Spin abliefern. Wieder andere mögen in der Konformität gar eine Karrierechance für sich erblicken.

Redaktionelle Eingriffe aufgrund von „Bünd-nis-rück-sich-ten“: Nahost-Korrespondent Tilgner

Doch vorselektierte Quellen, Gruppendruck und die Abhängigkeit von Vorgesetzten und Auftraggebern sorgen dafür, dass es selbst für aufrichtige und intelligente Journalisten schwierig bis unmöglich ist, die Informationsmatrix von innen heraus zu durchbrechen und abweichende Standpunkte einzubringen, sofern imperiale Angelegenheiten tangiert sind.

So haben Mitarbeiter der ARD gemäß internen Memos die Vorgabe, bei geopolitischen Konflikten „westliche Positionen zu verteidigen“ [82], vertrauliche Sprachregelungen [83] zu beachten und ausschließlich konforme Quellen [84] zu verwenden. Der ehemalige Chefredakteur des ZDF machte zudem publik, dass Beiträge zu US-Kriegen politisch beeinflusst [85] werden. Nahost-Korrespondent Ulrich Tilgner beklagte redaktionelle Eingriffe aufgrund von „Bündnisrücksichten“ [86], und der vormalige Leiter des ZDF-Studios Bonn bestätigte „Anweisungen von oben“ [87] und eine „freiwillige Gleichschaltung“ [88] der Journalisten.

Abweichler werden entsprechend sanktioniert: In der Schweiz wurde etwa der langjährige SRF-Korrespondent Helmut Scheben als „Putin-Troll“ und „Teil der russischen Propaganda-Maschinerie“ beschimpft, als er es wagte, die Syrienberichterstattung westlicher Medien kritisch zu hinterfragen. Auch ein NZZ-Autor, der sich anmerken ließ, dass er noch offene Fragen zu den Ereignissen vom 11. September 2001 hat, wurde von seinem Chef umgehend öffentlich zurechtgewiesen [89].

Amerikanischen Journalisten ergeht es nicht besser. Gary Webb, der in den 90er Jahren aufdeckte, dass die CIA Kokain aus Kolumbien importierte und mit den Erlösen Milizen in Nicaragua finanzierte, wurde von den US-Medien so lange diffamiert [90], bis sein Ruf ruiniert war und er einige Jahre später Selbstmord beging. Phil Donahue, der 2003 als beinahe einziger US-Topjournalist den geplanten Irak-Krieg kritisierte, wurde von MSNBC trotz hervorragender Quoten kurzerhand entlassen [91].

Amber Lyon, die im Auftrag von CNN eine Dokumentation über den US-Verbündeten Bahrain drehte und darin die Menschenrechtslage kritisierte, wurde die Ausstrahlung von ihrem eigenen Sender verweigert [92], worauf sie den Sender von sich aus verließ. Und Sean Hannity, der auf Fox News den ungeklärten Mord [93] an DNC-Mitarbeiter Seth Rich thematisieren wollte, sah sich mit dem Absprung mehrerer Sponsoren und der möglichen Absetzung seiner Sendung konfrontiert [94] – sowie mit erbosten Kommentaren [95] von führenden Council-Mitarbeitern.

Nun könnte man annehmen, dass in solch offensichtlichen Missbrauchsfällen das amerikanische Committee to Protect Journalists (CPJ), das sich für die Rechte der Journalisten einsetzt, intervenieren würde. Dem ist jedoch nicht so – denn die Direktoren sowie fast der gesamte Vorstand des CPJ sind selbst Mitglieder des Council on Foreign Relations.

Immerhin könnten solch mutige Journalisten eine Auszeichnung erhalten, beispielsweise den renommierten Pulitzer-Preis. Auch hier wartet man jedoch vergeblich, denn der Präsident des Pulitzer-Komitees (aktuell ein Washington-Post-Redakteur) sowie diverse

Vorstandsmitglieder entstammen ebenso dem Council. Generell ist die Vergabe von Preisen und Auszeichnungen ein wirksames Mittel, um festzulegen, was „guter“ Journalismus und wer „renommierter“ Journalist ist.

Der deutsche Investigativ-Journalist und Dokumentarfilmer Dirk Pohlmann beschrieb [96] die Situation mit den folgenden Worten, nachdem eines seiner geopolitisch brisanten Filmprojekte vom ZDF auf höchster Ebene gestoppt wurde:

„Das war eben ein Thema, bei dem man an die Grenzen dessen kommt, worüber man berichten darf. Diese Grenzen gibt es, auch in unserem sogenannten „Freien Westen“. Das merkt man, wenn man sie betritt: Dann gehen auf einmal die Scheinwerfer an, die Hunde fangen an zu bellen und man hört, wie die Leute näher kommen. Und dann weiß man, ok, jetzt bin ich in dem Territorium, von dem vorher behauptet wurde, dass es das gar nicht gibt: nämlich das vermintе Territorium der Grenzen der Informationsfreiheit.“

Bedeutet dies, dass kritischer Journalismus in CFR-konformen Medien nicht erwünscht ist? Im Gegenteil: Seriöser Journalismus bildet überhaupt erst die Grundlage für die Glaubwürdigkeit der traditionellen Medien, auf deren Basis dann gezielt und wirkungsvoll geopolitische (und andere) Propaganda lanciert werden kann. Denn der arglose Leser und Zuschauer hat kaum eine Chance, zwischen zwei ehrlichen Beiträgen die geschickte Manipulation zu erkennen oder auch nur zu erahnen.

Von allen Propaganda-Prinzipien ist dieses – langfristig gesehen – vielleicht sogar das wichtigste: Nur Medien, die vertrauenswürdig erscheinen, können dieses Vertrauen auch missbrauchen.

Für CFR-Medien ein Tabu: Erhielt Wikileaks die E-Mails der Demokratischen Partei 2016 nicht von „russischen Hackern“, sondern vom kurz darauf ermordeten DNC-Mitarbeiter Seth Rich?

4. Fazit

Jahrzehntelang hatte das Netzwerk des Council on Foreign Relations eine nahezu uneingeschränkte Kontrolle über den geostrategischen Informationsfluss in den NATO-Ländern. Die meisten Menschen hatten keine Möglichkeit zu realisieren, dass sie sich trotz scheinbarer Medienvielfalt tatsächlich in einer dicht gewobenen Informationsmatrix befanden.

Weshalb betrieb und betreibt der Council einen derartigen Aufwand zur Täuschung der eigenen Bevölkerung? Der inzwischen verstorbene Nationale Sicherheitsberater und Council-Direktor Zbigniew Brzezinski brachte es in seinem Buch *The Grand Chessboard: American Primacy and Its Geostrategic Imperatives* [97] auf den Punkt: „Demokratie ist der imperialen Mobilisierung abträglich, denn das Streben nach imperialer Macht läuft den demokratischen Instinkten zuwider.“ (Brzezinski 1998, S. 20)

Tatsächlich mussten die USA seit dem Krieg gegen Spanien von 1898 für nahezu alle ihre Interventionen einen Vorwand kreieren [98], um die stetige Expansion der eigenen Einflussosphäre – nach der letztlich alle Imperien streben – moralisch zu legitimieren und die eigene Bevölkerung dafür zu gewinnen – zumal kaum je ein Land so leichtfertig war, die Vereinigten Staaten ohne Not von sich aus anzugreifen.

Hierzu erschufen die USA – wie Karl Rove es ausdrückte – eine eigene, „imperiale“ Realität, die von verdeckten Operationen über die mediale Berichterstattung bis hin zur Geschichtsschreibung reicht und von den Mitgliedern des Councils und seiner Partnerorganisationen inszeniert und propagiert wird.

Damit wird zugleich verständlich, warum CFR-Medien derart nervös auf den Erfolg russischer Medien wie *Russia Today* reagieren, obschon sie ihnen kaum inhaltliche Fehler nachweisen können: Diese erweitern eben nicht nur die gepriesene Meinungsvielfalt, sondern destabilisieren die umfassende Informationsmatrix des Councils – zumindest dort, wo es russischen Interessen dienlich ist.

Durch das Internet entwickelte sich zudem die Möglichkeit, Informationen dezentral und kostengünstig zu verbreiten und so die Gatekeeper des Councils zu umgehen. Inzwischen existieren auch im deutschsprachigen Raum eine Vielzahl leserfinanzierter Medien und Plattformen, die das konventionelle Narrativ kritisch hinterfragen und neue Sichtweisen ermöglichen (siehe den Medien-Navigator [99]).

Aus Sicht des Councils stellen solche Publikationen indes eine zunehmende Bedrohung der eigenen Informations- und Deutungshoheit dar. CFR-konforme Medien und Internetunternehmen reagierten hierauf mit der Schließung [100] von Leserforen, Zensur [101] auf sozialen Netzwerken, der „Bereinigung“ von Suchresultaten sowie zunehmender Überwachung.

Auf Illusion folgt somit Repression – es bleibt die Frage, ob dadurch das Vertrauen der Bevölkerung zurückgewonnen werden kann.

Literatur:

CFR-Mitgliederverzeichnisse von 1922 bis 2013 und von 2016: <<https://swprs.files.wordpress.com/2017/07/council-on-foreign-relations-membership-rosters-1922-2013.pdf>>

CFR-Mitglieder in der US-Regierung von 1900 bis 2014: <<https://swprs.org/die-propaganda-matrix/#k5>>

Bilderberg-Konferenzen: Teilnehmerlisten 1954 bis 2014 <https://swprs.files.wordpress.com/2016/07/bilderberg_teilnehmer_1954-2014.pdf> und 2015-2017: <<http://www.bilderbergmeetings.org/latest-meetings.html>>

Trilaterale Kommission: Mitgliederlisten von 1973 <<https://swprs.files.wordpress.com/2017/07/trilateral-commission-members-1973.pdf>>; 1978 <<https://swprs.files.wordpress.com/2017/07/trilateral-commission-members-1978.pdf>>; 1985 <<https://swprs.files.wordpress.com/2017/07/trilateral-commission-members-1985.pdf>>; 1995 <<https://swprs.files.wordpress.com/2017/07/trilateral-commission-members-1995.pdf>>; 2010 <<https://swprs.files.wordpress.com/2017/07/trilateral-commission-members-2010.pdf>>; und 2017 <<https://swprs.files.wordpress.com/2017/07/trilateral-commission-members-2017.pdf>> <

Atlantik-Brücke: Jahresberichte von 2006 bis 2016: <<https://www.atlantik-bruecke.org/veroeffentlichungen/jahresberichte/>>

Quellen:

[1] Spiegel: Ein Politbüro für den Kapitalismus? <<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-41389590.html>>

[2] Wikipedia: Return to normalcy <https://en.wikipedia.org/wiki/Return_to_normalcy>

[3] New York Times: The Council on Foreign Relations— Is It a Club? Seminar? Presidium? 'Invisible Government'? <<http://www.nytimes.com/1971/11/21/archives/is-it-a-club-seminar-presidium-invisible-government-the-council-on-.html>>

[4] Laurence H. Shoup & William Minter: Imperial Brain Trust: <https://swprs.files.wordpress.com/2017/09/cfr_imperial_brain_trust.pdf#page=129>

[5] Digitalcommons: The Council on Foreign Relations and the Grand Area: Case Studies on the Origins of the IMF and the Vietnam War <<http://digitalcommons.fiu.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1019&context=classracecorporatetpower>>

[6] Carnegie: The Benevolent Empire <<http://carnegieendowment.org/1998/06/01/benevolent-empire-pub-275>>

[7] SWPRS.ORG: Council on Foreign Relations Members in the Barack Obama Administration <<https://swprs.files.wordpress.com/2017/07/cfr-administration-members-1900-2014.pdf>>

[8] Spiegel: Ein Politbüro für den Kapitalismus? <<http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-41389590.html>>

[9] YouTube: François Fillon a confié à Philippe de Villiers que le Bilderberg nous gouverne
<<https://www.youtube.com/watch?v=yOgiggCVrmc&feature=youtu.be&t=2m40s>>

[10] Washington Examiner: Clinton email reveals: Google sought overthrow of Syria's Assad <<http://www.washingtonexaminer.com/clinton-email-reveals-google-sought-overthrow-of-syrias-assad/article/2586300>>

[11] Lizenzzeitung: <<https://de.wikipedia.org/wiki/Lizenzzeitung>>

[12] Atlantikbrücke: <<https://de.wikipedia.org/wiki/Atlantik-Br%C3%BCke>>

[13] Foreign Affairs Committee: Confronting Russia's Weaponization of Information
<<https://foreignaffairs.house.gov/hearing/hearing-confronting-russias-weaponization-of-information/>>

[14] Swprs.org: Die NZZ-Studie (Qualität der geopolitischen Berichterstattung in der Neuen Zürcher Zeitung (NZZ)) <<https://swprs.files.wordpress.com/2017/08/nzz-propaganda-studie-2016v.pdf>>

[15] Foeg (Uni Zürich) Jahrbuch Qualität der Medien
<<http://www.foeg.uzh.ch/de/jahrbuch.html>>

[16] Swprs.org: Warum der Tages-Anzeiger nichts verpasst
<<https://swprs.org/tagesanzeiger/>>

[17] Swprs.org: Der Propagandaschlüssel <<https://swprs.org/der-propaganda-schluessel/>>

[18] Human Rights Investigations: Suzanne Nossel Executive Director of Amnesty International USA <<https://humanrightsinvestigations.org/2012/09/30/suzanne-nossel-executive-director-of-amnesty-international-usa/>>

[19] The Council on Foreign Relations: The Imperial Council of the United States:
<<https://swprs.files.wordpress.com/2017/08/cfr-imperial-council-hdm-spr.png>>

[20] Farbrevolutionen: <<https://de.wikipedia.org/wiki/Farbrevolutionen>>

[21] Nayirah testimony: <https://en.wikipedia.org/wiki/Nayirah_testimony>

[22] Brutkastenlüge: <<https://de.wikipedia.org/wiki/Brutkastenl%C3%BCge>>

[23] CSI comment: Amnesty International repeats US war propaganda:

<<http://www.interventionism.info/en/CSI-comment:-Does-Amnesty-International-campaign-for-NATO>>

[24] Consortiumnews.com „Amnesty’s Shilling for US Wars“ by Ann Wright and Coleen Rowley: <<https://consortiumnews.com/2012/06/18/amnestys-shilling-for-us-wars/>>

[25] Human Rights Watch: Syria: Government Likely Culprit in Chemical Attack:

<<https://www.hrw.org/news/2013/09/10/syria-government-likely-culprit-chemical-attack>>

[26] Blauer Bote Magazin „Giftgasangriffe in Ghouta bei Damaskus, Syrien“:

<<http://blauerbote.com/2017/04/01/giftgasangriffe-in-ghouta-bei-damaskus-syrien/>>

[27] TesfaNews „Hillary, Amnesty, HRW and Regime Change in Africa“:

<<https://www.tesfanews.net/hillary-amnesty-hrw-and-regime-change-in-africa/>>

[28] Hintergrund „Weiße Helme ohne weiße Westen“ von Fabian Köhler:

<<https://www.hintergrund.de/globales/kriege/weisse-helme-ohne-weisse-westen/>>

[29] GlobalResearch: <<https://www.globalresearch.ca/war-propaganda-and-the-aleppo-media-centre-funded-by-french-foreign-office-eu-and-us/5546925>>

[30] 21centurywire.com: Syria’s White Helmets: War by Way of Deception – Part I

<<http://21stcenturywire.com/2015/10/23/syrias-white-helmets-war-by-way-of-deception-part-1/>>

[31] PRnewswire: Aung San Suu Kyi to address NED 2012 Democracy Award in U.S.

Capitol <<http://www.prnewswire.com/news-releases/aung-san-suu-kyi-to-address-ned-2012-democracy-award-in-us-capitol-167734515.html>>

[32] New Eastern Outlook: US to Fight US-Saudi Sponsored Terrorism in Asia

<<https://journal-neo.org/2017/09/08/us-to-fight-us-saudi-sponsored-terrorism-in-asia/>>

[33] Zeit Online: Das neue Syrien kommt aus Wilmersdorf

<<http://www.zeit.de/2012/31/Syrien-Bundesregierung>>

[34] Renewamerica (Wayback Machine) „The Age of Despotism“

<<https://web.archive.org/web/20090720064316/http://www.renewamerica.com:80/columns/baldwin/090707>>

[35] Council on Foreign Relations: Military Fellowship

<https://www.cfr.org/sites/default/files/report_pdf/2017%20Military%20Fellows%20Historical%20List.pdf> und Swprs.org: <<https://swprs.files.wordpress.com/2017/07/cfr-administration-members-1900-2014.pdf>>

[36] Ulrich Tilgner: Der inzenierte Krieg: <<http://www.ulrich-tilgner.de/der-inszenierte-krieg/>>

[37] Tagesanzeiger: 27'000 PR-Berater polieren Image der USA

<<https://www.tagesanzeiger.ch/ausland/amerika/27000-PRBerater-polieren-Image-der-USA/story/20404513>>

[38] Youtube/John Pilger – The War You Don't See

<<https://www.youtube.com/watch?v=WCWdwIkk-rE&feature=youtu.be&t=1h18m35s>>

[39] Zero hedge: Journalist Interrogated, Fired For Story Linking CIA And Syria Weapons Flights <<http://www.zerohedge.com/news/2017-08-28/journalist-interrogated-fired-story-linking-cia-and-syria-weapons-flights>>

[40] Operation Mockingbird: <https://en.wikipedia.org/wiki/Operation_Mockingbird>

[41] Swprs.org: Der Chefredakteur und die CIA <<https://swprs.org/der-chefredakteur-und-die-cia/>>

[42] Daniele Ganser: Terrorism in Western Europe: An Approach to NATO's Secret Stay-Behind Armies

<https://www.danieleganser.ch/assets/files/Inhalte/Publikationen/Fachzeitschriften/Daniele_Ganser_Terrorism_in_Western_Europe.pdf>

[43] Quora: <<https://www.quora.com/Did-CIA-Director-William-Casey-really-say-Well-know-our-disinformation-program-is-complete-when-everything-the-American-public-believes-is-false>>

[44] Global Research: Who is Behind the Islamic State (ISIL) Beheadings? Probing the SITE Intelligence Group <<http://www.globalresearch.ca/who-is-behind-the-islamic-state-is-beheadings-probing-the-site-intelligence-group/5402082>>

[45] swr.de: Eklat im GIMF-Verfahren: Steuerte das FBI die zweite Generation?

<<https://www.swr.de/blog/terrorismus/2011/09/09/eklat-im-gimf-verfahren-steuerte-das-fbi-die-zweite-generation/>>

[46] New Eastern Outlook: Logistics 101: Where Does ISIS Get Its Guns? <<https://journal-neo.org/2015/06/09/logistics-101-where-does-isis-get-its-guns/>>

[47] Third World Traveler: With No Apologies – The Personal and Political Memoirs of United States Senator Barry M. Goldwater, 1979

<http://www.thirdworldtraveler.com/New_World_Order/Goldwater_NoApologies.html>

[48] Werner Weidenfeld bei Beckmann: <<https://youtu.be/Oh1-OkC6vm4>>

[49] Hotz-Linder-Agreement: <<https://de.wikipedia.org/wiki/Hotz-Linder-Agreement>>

[50] Vertrauensvorschuss-Grafik: <<https://swprs.files.wordpress.com/2017/09/us-president-approval-ratings.png>>

[51] Consortium news: UN Team Heard Claims of 'Staged' Chemical Attacks

<<https://consortiumnews.com/2016/09/08/un-team-heard-claims-of-staged-chemical-attacks/>>

[52] UN Security Council Bericht <<https://documents-dds-ny.un.org/doc/UNDOC/GEN/N16/269/75/PDF/N1626975.pdf>>

[53] Rubikon News: Die Vereinten Nationen in den Händen der Kriegstreiber <<https://www.rubikon.news/artikel/die-vereinten-nationen-in-den-handen-der-kriegstreiber-1-3>>

[54] Consortiumnews: How US Pressure Bends UN Agencies <<https://consortiumnews.com/2013/10/16/how-us-pressure-bends-un-agencies/>>

[55] Consortiumnews: U.N. Enablers of 'Aggressive War' <<https://consortiumnews.com/2017/09/08/u-n-enablers-of-aggressive-war/>>

[56] Medium.com: Documents expose how Hollywood promotes war on behalf of the Pentagon, CIA and NSA <<https://medium.com/insurge-intelligence/exclusive-documents-expose-direct-us-military-intelligence-influence-on-1-800-movies-and-tv-shows-36433107c307>>

[57] CNN: Netflix's 'The White Helmets' takes home the company's first Oscar win <<http://edition.cnn.com/2017/02/26/us/white-helmets-oscar/>>

[58] Strategiepapier des US-Geheimdienstes OSS: <<http://www.spyculture.com/docs/US/OSS-motionpicturesasweapons.pdf>>

[59] Reuters: Exclusive: Angelina Jolie visits Libya to show solidarity <<https://www.reuters.com/article/us-libya-jolie/exclusive-angelina-jolie-visits-libya-to-show-solidarity-idUSTRE79A3S820111011>>

[60] Reuters: Angelina Jolie praises Libya's revolutionaries <<https://www.reuters.com/article/us-libya-jolie/angelina-jolie-praises-libyas-revolutionaries-idUSTRE79A3S820111012>>

[61] CNN: Clooney: 'Real excitement' for peace in Sudan <<http://edition.cnn.com/2011/WORLD/africa/01/06/george.clooney.sudan.vote/index.html>>

[62] Thedailybeast: George Clooney Leverages Celebrity to Bring Change to Sudan <<http://www.thedailybeast.com/george-clooney-leverages-celebrity-to-bring-change-to-sudan>>

[63] Joris Luyendijk Von Bildern und Lügen in Zeiten des Krieges <https://www.klett-cotta.de/buch/Tropen-Sachbuch/Von_Bildern_und_Luegen_in_Zeiten_des_Krieges/48944>

[64] YouTube: CIA Influence On Mass Media: How Disinformation Campaigns Work PT 1 <<https://www.youtube.com/watch?v=TEHiGnuZbPE>>

[65] SWPRS.org: <<https://swprs.org/der-propaganda-multiplikator/>>

- [66] Sputniknews: Reuters, AFP und Getty vermarkten den Fake gegen Syrien
<<https://de.sputniknews.com/blogs/20170507315669095-reuters-afp-getty-vermarkten-fake-syrien/>>
- [67] Jan Öberg: <<https://janoberg.exposure.co/>>
- [68] Jan Oberg: Humans in liberated Aleppo: <<https://janoberg.exposure.co/humans-in-liberated-aleppo>>
- [69] Watson: Spielball der Mächte: Weshalb der Syrien-Konflikt in erster Linie ein Stellvertreterkrieg ist <<https://www.watson.ch/International/Kommentar/148360008-Spielball-der-M%C3%A4chte-Weshalb-der-Syrien-Konflikt-in-erster-Linie-ein-Stellvertreterkrieg-ist>>
- [70] Infosperber: Vom Ende des Bannwalds der Demokratie ?
<<https://www.infosperber.ch/Medien/Demokratie-Pressevielfalt-Medien>>
- [71] Hintergrund.de: Operation Balkan: Werbung für Krieg und Tod
<<https://www.hintergrund.de/globales/kriege/operation-balkan-werbung-fuer-krieg-und-tod/>>
- [72] siehe Becker/Beham, Operation Balkan: Werbung für Krieg und Tod, 2008, Nomos-Verlag
- [73] Sourcewatch: James Harff <http://www.sourcewatch.org/index.php/James_Harff>
- [74] SWPRS.org: Das gewünschte Narrativ: <<https://swprs.org/das-gewuenschte-narrativ/>>
- [75] Blauer Bote Magazin: Bana Alabed aus Aleppo
<<http://blauerbote.com/2017/07/05/bana-alabed-aus-aleppo/>>
- [76] Über Medien: Die unwiderstehliche Geschichte vom twitternden Mädchen aus Aleppo
<<http://uebermedien.de/17878/bana-alabed-die-unwiderstehliche-geschichte-vom-twitternden-maedchen-aus-aleppo/>>
- [77] Blauer Bote Magazin: Bana Alabed ist Klientin der Londoner PR-Agentur The Blair Partnership <<http://blauerbote.com/2017/04/23/bana-alabed-ist-klientin-der-londoner-pr-agentur-the-blair-partnership/>>
- [78] Über Medien: Stern.de-Autor muss sich nicht Fake-News-Produzent nennen lassen
<<http://uebermedien.de/17802/stern-de-autor-muss-sich-nicht-fake-news-produzent-nennen-lassen/>>
- [79] Astroturfing: <<https://de.wikipedia.org/wiki/Astroturfing>>
- [80] Wrongkindofgreen: Avaaz, Purpose and the art of selling hate for empire
<<http://www.wrongkindofgreen.org/2014/09/17/syria-avaaz-purpose-the-art-of-selling-hate-for-empire/>>

[81] Nachdenkseiten: Nicht zu fassen: Campact bestätigt unsere schlimmsten Befürchtungen. Hilfsarbeiter beim Feindbildaufbau
<<http://www.nachdenkseiten.de/?p=35689>>

[82] Heise.de: Ukraine-Konflikt: ARD-Programmbeirat bestätigt Publikumskritik
<<https://www.heise.de/tp/features/Ukraine-Konflikt-ARD-Programmbeirat-bestaetigt-Publikumskritik-3367400.html>>

[83] Heise.de: Die vertraulichen Sprachregelungen der ARD
<<https://www.heise.de/tp/features/Die-vertraulichen-Sprachregelungen-der-ARD-3758887.html>>

[84] Oxmoxh: OXMOX Exklusiv-Interview mit Volker Bräutigam & Friedhelm Klinkhammer
<<https://www.oxmoxh.de/magazin/story-interview/oxmox-exklusiv-interview-mit-volker-braeutigam-friedhelm-klinkhammer/>>

[85] Youtube: Ex-ZDF-Chefredakteur über den großen Einfluss der Parteien auf das ZDF
<https://www.youtube.com/watch?v=i2423aDq_hE>

[86] Berliner Zeitung: Korrespondent Ulrich Tilgner sucht mehr Distanz zum ZDF „Ich fühle mich eingeschränkt“ <<http://www.berliner-zeitung.de/15870684>>

[87] Propagandaschau: Wolfgang Herles: „Es gibt in den Öffentlich-Rechtlichen Anweisungen von oben“ <<https://propagandaschau.wordpress.com/2016/01/30/wolfgang-herles-es-gibt-in-den-oeffentlich-rechtlichen-anweisungen-von-oben/>>

[88] Vichys Einblick: Meinungsfreiheit: Anordnung zur Anpassung?
<<https://www.tichyseinblick.de/daili-es-sentials/meinungsfreiheit-anordnung-zur-anpassung/>>

[89] swprs.org: Daniele Ganser: Anschlag auf die Forschungsfreiheit
<<https://swprs.org/daniele-ganser-anschlag-auf-die-forschungsfreiheit/>>

[90] Consortiumnews: Gary Webb and Media Manipulation
<<https://consortiumnews.com/2014/11/02/gary-webb-and-media-manipulation/>>

[91] Democracy Now: Phil Donahue on His 2003 Firing from MSNBC, When Liberal Network Couldn't Tolerate Antiwar Voices
<https://www.democracynow.org/2013/3/21/phil_donahue_on_his_2003_firing>

[92] The Guardian: Why didn't CNN's international arm air its own documentary on Bahrain's Arab Spring repression? <<https://www.theguardian.com/world/2012/sep/04/cnn-international-documentary-bahrain-arab-spring-repression>>

[93] Global Research: The Case of Seth Rich's Assassination: Will It Expose the Truth Behind the "Russia Elections Hacking" Narrative <<http://www.globalresearch.ca/the-case-of-seth-richs-assassination-will-it-expose-the-truth-behind-the-russia-elections-hacking-narrative/5593866>>

[94] The Guardian: Sean Hannity hit by advertiser exodus in wake of bogus Seth Rich story <<https://www.theguardian.com/media/2017/may/26/sean-hannity-advertiser-boycott-fox-news-seth-rich>>

[95] Foreign Policy: The Seth Rich 'Scandal' Shows That Fox News Is Morally Bankrupt <<http://foreignpolicy.com/2017/05/22/the-seth-rich-scandal-shows-that-fox-news-is-morally-bankrupt/>>

[96] YouTube/Gruppe42 im Dialog: Dirk Pohlmann über „Macht&Kontrolle, Medien und geheime Dienste“
<<https://www.youtube.com/watch?v=mJrA1InMcv8&feature=youtu.be&t=5m24s>>

[97] Brzezinski (Archive.org) The Grand Chessboard American Primacy And Its Geostrategic Imperatives (1997)
<<https://archive.org/details/TheGrandChessboardAmericanPrimacyAndItsGeostrategicImperatives1997ZbigniewBrzezinski>>

[98] William Blum „Zerstörung der Hoffnung (Killing Hope): Bewaffnete Interventionen der USA und des CIA seit dem 2. Weltkrieg“, Zambon

[99] SWPRS.org: Medien-Navigator 2017: <<https://swprs.org/der-medien-navigator-2017/>>

[100] Heise.de: Konzentriertes Gejammer: NZZ schließt Kommentarspalte
<<https://www.heise.de/tp/features/Konzentriertes-Gejammer-NZZ-schliesst-Komentarspalte-3618957.html>>

[101] Heise.de: Facebook, „Fake News“ und die Privatisierung der Zensur
<<https://www.heise.de/tp/features/Facebook-Fake-News-und-die-Privatisierung-der-Zensur-3599878.html>>

[102] wsws.org: Google blocked every one of the WSWs's 45 top search terms:
<<https://www.wsws.org/en/articles/2017/08/04/goog-a04.html>>

Dieser Text wurde zuerst im September 2017 auf swprs.org unter der URL
<<https://swprs.org/die-propaganda-matrix/>> veröffentlicht. Lizenz: swprs.org /Swiss Propaganda Research



Die CIA und die Medien: 50 Tatsachen, die in der Welt bekannt werden müssen

Die CIA und die Medien: 50 Tatsachen, die in der Welt bekannt werden müssen

09FreitagOkt 2015 Posted by [Dok](#) in [Allgemein](#)



[James F. Tracy](#), PHD, ist außerordentlicher Professor für Medienwissenschaften an der Atlantic Universität in Florida. Seine Arbeiten über Mediengeschichte, Politik und Kultur sind in zahlreichen akademischen Zeitschriften und Sammelbänden sowie alternativen Nachrichtenquellen und Meinungsforen erschienen. Tracy ist Herausgeber der Zeitschrift Democratic Communiqué der Union for Democratic Communications und Mitautor von „Censored 2013: The Top Censored Stories and Media Analysis of 2011-2012“ von Project Censored. Weitere Schriften und Information können der Websitememoryholeblog.com entnommen werden.

[Die CIA und die Medien: 50 Tatsachen, die in der Welt bekannt werden müssen](#)

[Global Research](#), 28.08.15

Übersetzung: luftpost-kl.de

Seit dem Ende des Zweiten Weltkrieges übt die Central Intelligence Agency / **CIA beträchtlichen Einfluss auf die Medien in den USA und im Ausland** aus und bestimmt zunehmend, was die Öffentlichkeit sieht, hört und liest. CIA-Publizisten und Journalisten bestreiten das natürlich, aber ihre manchmal durchsickernde Einflussnahme weist in eine ganz andere Richtung, die Medienhistoriker nur nicht untersuchen wollen.

Wenn Journalisten ihren Beruf ernst nehmen, sammeln sie Informationen über Personen, Schauplätze, Ereignisse und Probleme. In der Theorie klären sie damit die Menschen über die Welt auf und stärken dadurch die Demokratie. Das ist auch der Grund, warum sich Geheimdienste an Nachrichtenagenturen und einzelne Journalisten heranziehen, wie es der deutsche Journalist Udo Ulfkotte (siehe 47.) beschrieben hat; diese Praxis ist heute mindestens ebenso verbreitet, wie sie es auf dem Höhepunkt des Kalten Krieges schon einmal war.

Betrachten Sie unter diesem Aspekt den Wahlbetrug bei den US-Präsidentenwahlen in den Jahren 2000 und 2004, die Ereignisse am 11. September 2001, die Überfälle auf Afghanistan und auf den Irak, die Destabilisierung Syriens und die Erschaffung des "ISIS". Obwohl diese Ereignisse zu den wichtigsten der neueren Weltgeschichte gehören, wird die US-Bevölkerung darüber nur sehr einseitig informiert. In einem Zeitalter mit modernsten Nachrichtentechnologien, das vor Informationen überquillt, geben sich viele US-Bürger trotzdem der Illusion hin, sie seien gut informiert; deshalb ist zu fragen, warum sie das eigentlich glauben?

Warum versäumen es außerdem so viele angesehene US-Journalisten immer wieder, tiefgreifende Ereignisse und tragische Entwicklungen aus den letzten 50 Jahren der US-Geschichte – zum Beispiel die politischen Morde in den 1960er Jahren oder die führende Rolle der CIA im internationalen Drogenhandel – kritisch zu hinterfragen?

Populäre und akademische Kommentatoren haben bereits verschiedene Gründe für das fast komplette Versagen des Mainstream-Journalismus auf diesem Gebiet genannt: die Hierarchie in den Redaktionen, der von Werbekunden ausgehende Druck, die Eigentumsverhältnisse in den Medienkonzernen, das Vertrauen der Nachrichtenagenturen auf "offizielle Quellen" oder die Anpassung der Journalisten aus Karrieregründen. Zweifellos gibt es auch erheblichen Einfluss von Public-Relations-Managern. Das alles erklärt aber nicht das immer wieder funktionierende Komplott des Verschweigens; das wird nur dadurch erreicht, dass die CIA und andere Geheimdienste massiven Einfluss auf die Medien nehmen – in einem Ausmaß, das sich die ahnungslose US-Bevölkerung kaum vorstellen kann und das auch noch nicht ausreichend erforscht ist.

Die folgende Auflistung historischer und neuerer Fakten, die keineswegs vollständig ist, kann nur einen ersten Eindruck davon vermitteln, wie mächtig die Geheimdienste sein müssen, dass sie sogar über angesehene (als unabhängig geltende) Medienunternehmen einen solchen Einfluss auf die Öffentlichkeit ausüben können.

1. Die CIA-Operation [MOCKINGBIRD](#) ist ein unter Medienforschern schon lange bekanntes Musterbeispiel für das bei Geheimdiensten bestehende Interesse an guten Beziehungen zu führenden US-Medien. MOCKINGBIRD war eine Aktion des [Office of Strategic Services / OSS](#) (des Büros für Strategische Dienstleistungen), einer von 1942-47 operierenden CIA-Vorläuferorganisation, die während des Zweiten Weltkriegs ein Netz aus Journalisten und Experten

Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4
der psychologischen Kriegsführung gebildet hat, das hauptsächlich auf dem europäischen Kriegsschauplatz aktiv war.

2. Viele der vom OSS geknüpften Beziehungen wurden nach dem Krieg vom [Office of Policy Coordination / OPC](#), das dem US-Außenministerium unterstand und von [Frank Wisner](#) geleitet wurde, fortgeführt.

3. “Das OPC war die am schnellsten wachsende Einheit innerhalb der nun entstehenden CIA,” stellte die Historikerin Lisa Pease fest. “Zu seinem Personal, das sich von 302 im Jahr 1949 auf 2.812 US-Angestellte im Jahr 1952 erhöhte, kamen noch 3.142 unter Vertrag stehende Ausländer dazu. Im gleichen Zeitraum stieg sein Budget von 4,7 Millionen Dollar auf 82 Millionen Dollar.” [Das Zitat ist entnommen aus “The Media and the Assassination” (Medien und Mord) von James DiEugenio und Lisa Pease, aus The Assassinations: Probe Magazin on JFK (John F. Kennedy), MLK (Martin Luther King), RFK (Robert F. Kennedy) und [Malcolm X](#), Port Townsend, im Staat Washington, 2003, S.300.]

4. Wie viele andere Offiziere, die in der CIA Karriere gemacht haben, wurde auch Richard Helms, der sogar Direktor der CIA wurde, aus einem Presseunternehmen, dem Berliner Büro von United Press International, rekrutiert; sein eigener Chef warb ihn mit der Bemerkung – “Du bist ein Naturtalent.” – für das neu gegründete Black Propaganda Program des OSS an. [Richard Helms, A Look Over My Shoulder: A Life In The Central Intelligence Agency (Ein Blick über die Schulter: Ein Leben in der CIA), New York, Random House, 2003, S. 30-31]

5. (OPC-Chef) Wisner zapfte die Gelder (zur Bestechung von Journalisten) aus dem [Marshallplan](#) ab; intern wurden die Bestechungsgelder als “Candy” (Süßigkeit) bezeichnet. “Wir hatten so viel Geld, dass wir nicht alles loswerden konnten,” verriet CIA-Agent Gilbert Greenway. “Ich erinnere mich an ein Treffen mit Wisner und dem Kontrolloffizier, bei dem ich fragte, wie wir dieses viele Geld ausgeben sollten? Es gab keine Grenzen, und niemand musste Rechenschaft (über die verteilten Summen) ablegen. Man konnte nur staunen.” [Frances Stonor Saunders, The Cultural Cold War: The CIA and the World of Arts and Letters (Der Kalte Krieg um die Kultur: Die CIA und die Welt der Künste und des Schreibens), New York, The New Press, 2000, S.105]

6. Als das OPC 1948 mit dem Office of Special Operations zur CIA verschmolzen wurde, ging auch die Verfügungsgewalt über die für die Medienbeeinflussung vorgesehenen Gelder an die CIA über.

7. Wisner führte die streng geheime "Liste der Aufwendungen für Propaganda" weiter; bekannter wurde sie als "Wisner's Wurlitzer" (Wisners Musibox), weil sie 800 Adressaten aus dem Medienbereich enthielt, aus denen Wisner auswählen konnte, wenn er in einem bestimmten Medium eine bestimmte Melodie gespielt haben wollte. "Das Netzwerk umfasste Journalisten, Kolumnisten, Herausgeber von Büchern, Redakteure und Medienunternehmen wie Radio Free Europe; damit konnte die CIA Einfluss auf ein breites Spektrum von Medien nehmen. [Pease, The Media and the Assassination (Die Medien und der Mord), S. 300]"

8. Als Wisners System nach wenigen Jahren eingespielt war, konnte er auf "angesehene Mitarbeiter der New York Times, des Magazins Newsweek, des TV-Senders CBS und anderer Medien einwirken" und verfügte nach Aussage eines CIA-Analysten über gute Kontakte zu insgesamt vier- bis sechshundert Medienunternehmen. Nach Erkenntnissen der investigativen Journalistin Deborah Davis war jede einzelne Kontaktaufnahme eine eigenständige "Operation", die unter einem speziellen Decknamen lief, von einem Betreuer mit eigenem Büro beaufsichtigt wurde und jährlich Kosten in Höhe von einigen Zehntausend bis einigen Hunderttausend Dollars verursachte, die aber nicht exakt zu erfassen waren. [Deborah Davis, Katharine The Great: Katharine Graham and the Washington Post, Zweite Auflage, Bethesda in Maryland: National Press Inc, 1987, S. 139]"

9. Journalisten können nicht nur die Meinung der Massen, sondern auch die der Eliten beeinflussen. "Der Präsident der USA, sein Außenminister, die Kongressabgeordneten und sogar der CIA-Direktor selbst lesen und glauben Berichte von Cy Sulzberger, [Arnaud de Borchgrave](#) oder [Stewart Alsop](#) und lassen sich davon meistens stärker beeinflussen, als von einem CIA-Report zum gleichen Thema," stellte CIA Agent Miles Copeland fest. [Pease, The Media and the Assassination, S. 301]"

10. Darrell Garwood hat darauf hingewiesen, dass sich die CIA von Mitte bis Ende der 1950er Jahre darum bemühte, Kritik an ihren verdeckten Operationen zu unterdrücken und die Kontrolle durch den Kongress oder durch Gerichte zu umgehen, indem sie Universitäten, Missionsgesellschaften, die Herausgeber einflussreicher Zeitungen, die Besitzer von Verlagen und andere Gremien, die Einfluss auf die öffentliche Meinung nehmen konnten, zu infiltrieren versuchte

.” [Darrell Garwood, Under Cover: Thirty-Five Years of CIA-Deception (Undercover: 35 Jahre verdeckte Tätigkeit für die CIA), New York, Grove Press, 1985, S. 250]

11. Der CIA versuchte auch regelmäßig, Entscheidungen von Herausgebern (und Redakteuren) zu beeinflussen. Als sie zum Beispiel 1954 den Sturz des [Arbenz-Regimes](#) in Guatemala betrieb, haben Eisenhowers Außenminister John Foster Dulles und Eisenhowers CIA-Direktor Allen Dulles den damaligen Herausgeber der New York Times, Arthur Hays Sulzberger, dazu gebracht, den Reporter Sydney Gruson von Guatemala nach Mexiko City zu versetzen; von dort sollte er über die Auswirkungen (des Umsturzes in Guatemala) auf Mexiko berichten. [Pease, The Media and the Assassination, S. 302]
-

12. Seit Beginn der 1950er Jahre hat die CIA “zahlreiche Auslandspressedienste, Zeitschriften und Zeitungen finanziert, die in englischer oder in ausländischen Sprachen erschienen und zur Tarnung von CIA-Agenten gute Dienste leisteten”. Das berichtete [Carl Bernstein](#) im Jahr 1977. Eine dieser Publikationen war der Rome Daily American, der bis 1970 zu 40 Prozent von der CIA finanziert wurde. [Carl Bernstein, The CIA and the Media, Rolling Stone, 20. Oktober 1977]
-

13. Die CIA pflegte neben Beziehungen zu bezahlten Reportern und Korrespondenten auch informelle Kontakte zu Geschäftsführern von Medienunternehmen, “die ihr noch wichtiger waren,” wie Bernstein berichtet. “Mit einigen Geschäftsführern – zum Beispiel mit Arthur Hays Sulzberger von der New York Times – schloss sie sogar Geheimverträge ab. Solche Formalien waren aber eher selten: Die Kontakte zwischen CIA-Agenten und Medienmanagern waren normalerweise sozialer Natur. “Dafür gab es die Achse zwischen der P und der Q Street (im Washingtoner Stadtteil) Georgetown. [William Paley](#) musste kein Stück Papier unterschreiben, auf dem er sich als V-Mann der CIA verpflichtete. Die persönliche Freundschaft des CBS-Direktors Paley mit CIA-Chef Dulles war eine der wichtigsten Möglichkeiten zur Einflussnahme auf die Informationsindustrie,” schreibt Debora Davis. “Paley tarnte CIA-Agenten als Reporter, ließ Filmberichte nach den Wünschen der CIA erstellen, brachte Reporter auf CIA-Kurs und setzte so die Standards für die Zusammenarbeit zwischen der CIA und den wichtigsten Rundfunk- und Fernsehanstalten, die sich bis in die Mitte der 1970er Jahre hielten.”[Deborah Davis, Katharine the Great: Katharine Graham and the Washington Post, Second Edition, Bethesda MD: National Press Inc, 1987, S. 175]
-

14. "Die Verbindung der CIA zur New York Times war nach Angaben von CIA-Leuten die weitaus wertvollste zur Presse," schrieb Bernstein in seinem 1977 verfassten Schlüsselartikel. "Von 1950 bis 1966 arbeiteten mit Einverständnis des inzwischen verstorbenen Herausgebers Arthur Hays Sulzberger mindestens 10 Times-Korrespondenten verdeckt für die CIA. Solche Arrangements waren unter Sulzberger die Regel, denn er unterstützte die CIA wo und wie er nur konnte." Außerdem war Sulzberger ein enger Freund des CIA Direktors Allen Dulles." Da hätte es Absprachen auf höchster Ebene zwischen zwei sehr mächtigen Männern gegeben, berichtete ein hochrangiger CIA-Offizieller, der an einigen Gesprächen teilgenommen hat. "Es gab ein stillschweigendes Abkommen, sich gegenseitig zu unterstützen. Das Problem des verdeckten Arbeitens wurde bei mehreren Gelegenheiten besprochen. Man einigte sich darauf, konkrete Vereinbarungen von Untergebenen treffen zu lassen. Die Mächtigen wollten keine Details kennen, um besser dementieren zu können. [Carl Bernstein, The CIA and the Media]
-

15. Auch CBS-Direktor Paley arbeitete eng mit der CIA zusammen; er stellte ihr sein Netzwerk und sein Personal zur Verfügung. "Es ist jetzt allgemein bekannt, dass verschiedene wohlhabende Personen die CIA aus eigenem Interesse unterstützt haben," schrieb der bekannte Rundfunkjournalist Daniel Schorr 1977: "Ich wusste, dass Paley auf sehr vertrautem Fuß mit der CIA stand." Schorr nannte einige Beispiele, die belegen, dass die CIA starken Einfluss auf den CBS ausübte. "Ein Nachrichtenredakteur hat mir erzählt, dass am frühen Morgen ein CIA-Mann mit einer Zugangserlaubnis, die ein Unbekannter ausgestellt hatte, in der Nachrichtenredaktion in New York auftauchte, die Berichte der CBS-Korrespondenten aus aller Welt mithörte, und mit dem Redakteur vom Dienst abklärte, was in die Frühnachrichten gelangen durfte. Sam Jaffe behauptete, als er sich 1955 um einen Job beim CBS bemühte, habe ihm ein CIA-Offizier mitgeteilt, dass er ihn bekomme – und er bekam ihn. Der CIA-Mann habe ihm auch gesagt, dass er nach Moskau geschickt werde – was dann geschah. 1960 erhielt er den Auftrag, (aus Moskau) über den Prozess gegen den aus seinem abgeschossenen U-2-Spionageflugzeug abgesprungenen Piloten [Francis Gary Powers](#) zu berichten. Schorr schrieb auch, dass Richard Salant, bevor er 1961 Direktor von CBS News wurde, einen Anruf von einem CIA-Führungsoffizier erhielt, der ihm mitteilte, man wünsche die bewährte Zusammenarbeit, die es mit Paley und dem CBS-Präsidenten Frank Stanton gegeben habe, genau so fortzusetzen. Auf Nachfrage bestritt Stanton gegenüber Salant, davon gewusst zu haben. [Schorr, Daniel. Clearing the Air (Durchlüften), Boston: Houghton Mifflin, 1977, S. 276 und 277]
-

16. [Gene Pope jr.](#), der Herausgeber des [National Enquirer](#) hat Anfang der 1950er Jahre kurz in der CIA-Außenstelle Italien gearbeitet und auch danach den Kontakt zur CIA aufrechterhalten. Pope sah davon ab, Dutzende von

Geschichten mit "Details über Kidnappings und Morde der CIA zu veröffentlichen, die ein Jahr lang die Schlagzeilen bestimmt hätten; stattdessen hielt er sein Wissen in 'Dossiers' fest", schrieb Popes Sohn. "Er glaubte, dass er die Dossiers möglicherweise noch einmal brauchen könnte und sie dann ganz nützlich wären, wenn er sie in einer Auflage von 20 Millionen Stück in Umlauf brächte. Hätte sich das als notwendig erwiesen, wäre die Regierung in so große Schwierigkeiten geraten, dass er hätte untertauchen müssen." [Paul David Pope, *The Deeds of My Fathers: How My Grandfather and Father Built New York and Created the Tabloid World of Today*, (Die Taten meiner Väter: Wie mein Großvater und mein Vater New York erbaut und die heutige Welt des Boulevards erschaffen haben), New York: Phillip Turner/Rowman & Littlefield, 2010, S. 309 und 310]

17. Eine der explosiven Storys, die Pope nicht in seinem *National Enquirer* veröffentlicht hat, wurde gegen Ende der 1970er Jahre bekannt, als Auszüge des lange verschollenen Tagebuchs von [Mary Pinchot Meyer](#) auftauchten, einer Geliebten des Präsidenten Kennedy, die am 12. Oktober 1964 ermordet worden war. "Die Reporter, die das Tagebuch aufspürten, konnten sogar nachweisen, dass [James Jesus Angleton](#), der Chef der CIA-Abteilung für Gegenspionage, in die Angelegenheit verwickelt war. Eine weitere Story, die Pope nicht veröffentlichte, stützte sich "auf Dokumente, die bewiesen, dass [Howard Hughes](#) und die CIA jahrelang in Verbindung standen, und dass Hughes das Geld, mit dem er insgeheim die Wahlkämpfe von 27 Kongressabgeordneten und Senatoren unterstützte, die in CIA-kritischen Ausschüssen saßen, von der CIA erhalten hat. Gene Pope kannte sogar 53 internationale Firmen, die mit der CIA kooperierten und hatte eine Liste von Reportern von Mainstream-Medien, die für die CIA arbeiteten. [Paul David Pope, *The Deeds of My Fathers*, S. 309]
-

18. Angleton, der 25 Jahre lang, die Gegenspionage der CIA leitete, "verfügte über eine völlig unabhängige Gruppe nur ihm bekannter operativer Journalisten, die nur in seinen Auftrag häufig heikle und gefährliche Aufträge ausführten. Über diese Gruppe ist sehr wenig bekannt, weil Angleton bewusst kaum Aufzeichnungen über sie machte. [Carl Bernstein, *The CIA and the Media*]
-

19. Die CIA führte während der 1950er Jahre ein "formelles Ausbildungsprogramm" mit dem Ziel durch, ihre Agenten zu schulen, damit sie als Journalisten auftreten konnten. "Geheimdienstleuten wurde beigebracht, sich wie Reporter zu benehmen," erklärte ein hoher CIA-Offizieller. "Dann wurden sie in Nachrichtenagenturen eingeschleust. Die Reihen der CIA wurden regelrecht durchkämmt nach Typen mit dem Habitus von Journalisten," bestätigte ein CIA-

20. Auch renommierte Zeitungskolumnisten und Rundfunkjournalisten unterhielten enge Beziehungen zur CIA. "Es gab ein rundes Dutzend sehr bekannter Kolumnisten und Rundfunkkommentatoren, deren Verbindungen zur CIA weit über die hinausgingen, die normalerweise zwischen Reportern und ihren Quellen bestehen," stellte Bernstein fest. "Die galten bei der CIA als 'Valuable Assets' (wertvolle Anlagen) und setzten zuverlässig ihre geheimen Aufträge um; auf sie konnte sich die CIA in jeder Hinsicht verlassen." [Carl Bernstein, The CIA and the Media]
-
21. Frank Wisner, [Allen Dulles](#) und Phillip Graham, der Herausgeber der Washington Post, waren enge Partner, und wegen ihrer guten Beziehungen zur CIA wurde die Post zu einer der einflussreichsten Zeitungen der USA. Die "persönlichen Beziehungen" des Post-Herausgebers zum Geheimdienst waren der eigentliche Grund für das rasante Wachstum seiner Zeitung nach dem Zweiten Weltkrieg. "Beginnend mit MOCKINGBIRD teilte man viele Geheimnisse. Als Gegenleistung für Phillip Grahams Unterstützung für den Geheimdienst half sein Freund Frank Wisner mit, die Washington Post zum dominierenden Nachrichtenmedium Washingtons zu machen – durch Unterstützung bei der Übernahme des Times Herald, des Radiosenders [WTOP](#) und verschiedener Fernsehstationen." [Deborah Davis, Katharine the Great, S. 172]
-
22. Nach dem Ersten Weltkrieg beauftragte die Regierung [Woodrow Wilson](#) den Journalisten und Autor [Walter Lippmann](#) damit, Agenten für den vermutlich ersten zivilen US-Geheimdienst zu rekrutieren, die Wilson im Ausland interne Informationen verschaffen sollten, die für die anstehenden Friedensverhandlungen nützlich waren; außerdem sollten sie ausländische Ressourcen erkunden, die für die Spekulanten der Wall Street und US-Ölfirmen interessant waren. Schon der Auftrag dieser Organisation umreißt die Aufgaben, die später der CIA zufielen: "Interessante Rohdaten aufzuspüren, zu sammeln, zu sichten und auszuwerten," wie der Historiker Servando Gonzalez festgestellt hat. "Das entspricht in etwa dem Auftrag der CIA, die auch ihre Ermittlungen selbst plant und Daten sammelt, aufbereitet, Analysen erstellt und für deren Verteilung an die jeweiligen Adressaten sorgt." Die meisten der von Lippmann angeworbenen Agenten wurden später Mitglieder des [Council on Foreign Relations](#). Lippmann selbst wurde einer der bekanntesten Kolumnisten der Washington Post. [Servando Gonzalez, Psychological Warfare and the New World Order: The Secret War Against the American People (Psychologische

23. Auch die beiden angesehensten US-Wochenblätter Time und Newsweek unterhielten enge Beziehungen zur CIA. "In den CIA-Akten gibt es schriftliche Vereinbarungen mit ehemaligen Auslandskorrespondenten und freien Mitarbeitern beider Wochenmagazine," schreibt Carl Bernstein. "Allen Dulles hat sich häufig an seinen guten Freund, den verstorbenen Henry Luce, gewandt, der Time und Life gegründet hat und nicht nur damit einverstanden war, dass Mitarbeiter seiner Magazine für die CIA arbeiteten, sondern CIA Agenten auch mit Presseausweisen und journalistischem Grundwissen versorgte. [Carl Bernstein, The CIA and the Media]
-
24. In seiner Autobiografie zitiert der ehemalige CIA-Offizier E. Howard Hunt ausführlich aus Bernsteins Artikel über die CIA und die Medien und erklärt: "Es gibt nichts in diesem Artikel, dem ich widersprechen würde." Außerdem ist Hunt der Meinung, dass die Journalisten, die den [Watergate-Skandal](#) recherchiert haben, nicht gründlich genug waren. "Bernstein hat nur einige Spitzenleute aus US-Medien als "Valuable Assets" der CIA (siehe 20.) identifiziert. Die Liste der Journalisten von wichtigen Medien, die mit der CIA kooperierten war ein wahres 'Who is Who' der US-Medienindustrie; sie kamen von Abc, NBC, The Associated Press, UPI, Reuters, von Zeitungen Hearsts und [Scripps-Howards](<http://foundation.scripps.com/>), von Newsweek und anderen." [E. Howard Hunt, American Spy: My Secret History in the CIA, Watergate, and Beyond, (US-Spion: Meine geheime Tätigkeit für die CIA, Watergate und anderes), Hoboken NJ: John Wiley & Sons, 2007, S. 150]
-
25. Als 1964 die erste größere Publikation über die CIA, das Buch "The Invisible Government" (Die unsichtbare Regierung) der beiden Journalisten David Wise und Thomas B. Ross, erschien, wollte die CIA zunächst die ganze Auflage aufkaufen, um den öffentlichen Verkauf zu verhindern, entschied sich dann aber anders. "In einem Ausmaß, das erst langsam wahrgenommen wird, greift diese Schattenregierung in das Leben von 190 Millionen US-Amerikanern ein," schrieben die beiden Autoren Wise und Ross in der Einleitung ihres Buches. "Wichtige Entscheidungen – wie die über Krieg und Frieden – finden unter Ausschluss der Öffentlichkeit statt. Ein informierter Bürger könnte vermuten, dass die USAußenpolitik öffentlich in die entgegengesetzte Richtung laufen soll, wie die heimlich von der Schattenregierung betriebene." [Lisa Pease, "When the CIA's Empire Struck Back" (Als das CIA-Imperium zurückschlug), Consortiumnews.com, February 6, 2014]
-

26. Mit ihrer Infiltration der Nachrichtenmedien bestimmte die CIA nicht nur die öffentliche Wahrnehmung tiefgreifender Ereignisse sondern auch die offiziellen Erklärungen zu solchen Ereignissen. So fand zum Beispiel der Bericht der [Warren Commission](#) über die Ermordung des Präsidenten John F. Kennedy in fast allen US-Medien einmütige Zustimmung. "Ich habe noch nie zuvor erlebt, dass ein offizieller Bericht in allen Medien so unwidersprochen blieb und sogar noch gelobt wurde, wie das am 24. September 1964 vorgelegte Untersuchungsergebnis der Warren Commission," erinnert sich der investigative Reporter Fred Cook. "Alle wichtigen TV-Sender brachten Sonderprogramme und Analysen zu dem Bericht, und am nächsten Tag gab es in allen Zeitungen lange Ausführungen über die Untersuchungsergebnisse, ergänzt durch Kommentare und Leitartikel. Das Urteil war einmütig: Der Bericht beantwortete alle Fragen und lasse keinerlei Spielraum für irgendwelche Zweifel. Lee Harvey Oswald habe allein und ohne Unterstützung den Präsidenten der Vereinigten Staaten ermordet." [Fred J. Cook, *Maverick: Fifty Years of Investigative Reporting*, (Außenseiter: Fünfzig Jahre investigatives Berichten), G.P. Putnam's Sons, 1984, S. 276]
-
27. Erst gegen Ende des Jahres 1966 begann die New York Times eine Untersuchung der zahlreichen offenen Fragen zur Ermordung des Präsidenten Kennedy, die von der Warren Commission nicht geklärt wurden. "Auch diese Untersuchung wurde nie zu Ende geführt, ja, die New York Times hat die Ergebnisse der Warren Commission noch nicht einmal in Frage gestellt," rügte Jerry Policoff. Ein Reporter des Times-Büros in Houston, der die Untersuchung leitete, sagte später: "Wir sind schnell auf eine ganze Reihe unbeantworteter Fragen gestoßen, die uns die Times-Redaktion aber nicht weiterverfolgen ließ. Ich fand vielversprechende Spuren, wurde dann aber zurückgepiffen und auf eine ganz andere Geschichte in Kalifornien angesetzt. Die Untersuchung sollte überhaupt nicht ernsthaft betrieben werden." [Jerry Policoff, "The Media and the Murder of John Kennedy," in Peter Dale Scott, Paul L. Hoch and Russell Stetler, eds., *The Assassinations: Dallas and Beyond*, New York: Vintage, 1976, S. 265]
-
28. Als Jim Garrison, der Bezirksstaatsanwalt von New Orleans, 1966 eine Untersuchung des Mordes an John F. Kennedy / JFK einleitete und den Aufenthalt (des als Mörder verdächtigen) Lee Harvey Oswald in New Orleans in den Monaten vor dem 22. November 1963 durchleuchten wollte, "kam gleich aus zwei Richtungen sehr starker Gegenwind: aus Washington und aus New York", fand der Historiker James DiEugenio heraus. Der eine kam aus Washington – von der CIA, vom FBI und und etwas schwächer auch aus dem Weißen Haus. Der zweite blies aus New York, und kam von den Leitmedien [Time](#) [Life](#) und [NBC](#). Diese beiden Nachrichtenriesen machten Garrison lächerlich und lieferten ihn dem Spott seiner Kritiker aus. Die aufeinander abgestimmte Doppelkampagne war erfolgreich, denn sie lenkte die

Aufmerksamkeit der Öffentlichkeit von Garrisons Absicht (den JFK-Mord wirklich aufzuklären) auf ihn selbst ab.” [DiEugenio, Preface, in William Davy, Let Justice Be Done: New Light on the Jim Garrison Investigation, Reston VA: Jordan Publishing, 1999]

29. Die CIA und andere US-Geheimdienste nutzten die Nachrichtenmedien, um die von 1966-69 von Garrison betriebene unabhängige Untersuchung des JFK-Mordes zu sabotieren. Garrison leitete die einzige Strafverfolgungsbehörde, die im Kennedy-Fall unter Strafandrohung Zeugen vorladen konnte und deshalb in der Lage gewesen wäre, sich um die Klärung der vielen Detailfragen zu kümmern, die es in diesem Mordfall immer noch gab. Gordon Novels, einer der Schlüsselzeugen Garrisons, floh aus New Orleans, um nicht vor der von Garrison berufenen Grand Jury aussagen zu müssen. DiEugenio hat herausgefunden, dass CIA-Direktor Allen Dulles und die CIA die (vermutlich von ihnen arrangierte) Flucht des Zeugen weidlich ausnutzten, um Garrison von mehr als einem Dutzend der CIA nahestehenden Journalisten fertigmachen zu lassen. In dem schamlosen Versuch, Garrison in Verruf zu bringen, wurden die wildesten Geschichten über den Bezirksstaatsanwalt erfunden und verbreitet.” [James DiEugenio, Destiny Betrayed: JFK, Cuba, and The Garrison Case (Aufklärung verhindert: JFK Kuba und der Fall Garrison), Second Edition, New York: SkyHorse Publishing, 2012, S. 235]
-

30. Der Autor William Davy erfuhr von dem CIA-Offizier Victor Marchetti, der Assistent desdamaligen CIA-Direktors [Richard Helms](#) war, Helms habe 1967 bei einem internen Treffen besorgt gefragt, ob [Clay Shaw](#), ein ehemaliger OSS-Offizier, der in Garrisons Untersuchung zum Hauptverdächtigen geworden war und in der Klemme steckte, auch wirklich die Hilfe bekäme, die er brauche? [William Davy, Let Justice Be Done: New Light on the Jim Garrison Investigation (Lasst Gerechtigkeit walten: Neue Erkenntnisse zur Garrison-Untersuchung), Reston VA: Jordan Publishing, 1999]
-

31. Schon damals erhielt der Begriff “Verschwörungstheorie” seine heute noch nützliche herabwürdigende Bedeutung. Dass sie von CIA-nahen Journalisten “erfunden” wurde, ist belegt in dem CIA-Dokument 1035 960 zur Kritik am Warren Report (nachzulesen [hier](#), einer Stellungnahme, die von der CIA Anfang 1967 weltweit verbreitet wurde, als das Buch “Rush to Judgement” (Vorverurteilung) des Rechtsanwaltes [Mark Lane](#) zum Bestseller wurde und Garrisons Untersuchung des JFK-Mordes richtig in Gang kam.
-

32. Das Magazin Time hatte seit der Freundschaft seines Herausgebers Henry Luce mit Eisenhowers CIA-Chef Allen Dulles enge Beziehungen zur CIA. Als der ehemalige Journalist Richard Helms 1966 zum CIA Chef ernannt wurde, begann er sofort "die Presse stärker einzuspannen" und Journalisten zu "beeinflussen", damit sie positiver über die CIA berichteten. Der Washingtoner Time-Korrespondent Hugh Sidney erinnert sich: "Mit [John McCone](#) und Richard Helms hatten wir eine Vereinbarung; wenn Time etwas über die CIA veröffentlichen wollte, legten wir ihnen den Bericht vorher vor. ... So bekamen wir nie Probleme." Ähnlich lief das auch beim Magazin Newsweek, das im Herbst 1971 eine Titelgeschichte über Richard Helms mit der Überschrift "The New Espionage" (Die neue Art zu spionieren) brachte. Nach Aussage eines Newsweek-Angestellten stammten die meisten der darin enthaltenen Informationen von Helms selbst, mit dem man sich vorher abgesprochen hatte. Der Artikel befasste sich mit dem neuen Image, das Helms der CIA unbedingt verpassen wollte: Seit Ende der 1960er Jahre werde die CIA "von einem spionierenden Auslandsgeheimdienst in ein analysierendes Dienstleistungsunternehmen umgewandelt", das den Großteil seiner Mitarbeiter in seiner US-Zentrale beschäftige. [Victor Marchetti and John D. Marks, The CIA and the Cult of Intelligence (Die CIA und der Kult um die Geheimdienste), New York: Alfred A. Knopf, 1974, S. 362-363.]

33. 1970 schrieb und veröffentlichte Jim Garrison das halbautobiografische Buch "A Heritag of Stone" (Ein Erbe in Stein) in dem er beschreibt, wie er als Bezirksstaatsanwalt von New Orleans entdeckte, "dass die CIA auch innerhalb der Grenzen der USA agierte und sich sechs Monate Zeit ließ, bis sie die Anfrage der Warren Commission beantwortete, ob Oswald und (sein Mörder [Jack Ruby](#)) der CIA angehörten". Darauf hat Joan Mellen, eine Professorin für Geisteswissenschaften von der Temple University, hingewiesen, die eine Garrison-Biografie verfasst hat. Sie schrieb: "Aus Wut über 'Heritage of Stone' hetzte die CIA ihre Medienmeute auf Garrison; das Buch wurde von den Rezensenten der New York Times, der Los Angeles Times, der Washington Post, der Chicago Sun Times und dem Magazin Life buchstäblich zerrissen. Die Rezension John Leonards in der New York Times machte eine Metamorphose durch. Zunächst stellte Leonhard den Warren Report in Frage. Im letzten Abschnitt seiner Rezension hatte er geschrieben: 'An dieser ganzen Affäre stinkt etwas. Warum wurden im Bethesda-Krankenhaus die Hals Organe Kennedys nicht genauer untersucht, um Beweise für den Schuss zu sichern, der ihn frontal getroffen haben soll? Warum wurde sein Körper sofort nach Washington gebracht und damit die in Texas gesetzlich vorgeschriebene amtliche Untersuchung verhindert? Warum wohl?' In späteren Ausgaben der Times war nicht nur dieser letzte Abschnitt, sondern fast ein Drittel der Rezension verschwunden. Der neue letzte Abschnitt lautete jetzt: 'Offen gesagt, meiner Meinung nach hat die Warren Commission nur einen schlechten Job gemacht und nicht etwa absichtlich getrickst. Ich glaube, dass Garrison Gespenster sieht, wo nur Inkompetenz am Werk war.'" [Joan Mellen, A Farewell

Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4
to Justice: Jim Garrison, JFK's Assassination, and the Case That Should Have
Changed History (Adieu Gerechtigkeit: Jim Garrison, der Mord an JFK, und der
Fall, der die Geschichte verändern sollte) Washington DC: Potomac Books,
2005, S. 323, 324]

34. Cord Meyer jr., der für die Planung zuständige stellvertretende CIA-Direktor, wandte sich an Cass Canfield sr., den inzwischen im Ruhestand befindlichen Chef des Verlages [Harper & Row](#), um das Erscheinen des Buches "The Politics of Heroin ..." von Alfred McCoy zu verhindern, das auf Feldforschungen des Autors und seiner Doktorarbeit in Yale aufbaute und die Rolle der CIA im Opiumhandel untersuchte. McCoy erinnerte sich: "Mit der Behauptung, mein Buch gefährde die nationale Sicherheit, ersuchte der CIA-Offizielle den Verlag Harper & Row, das Buch nicht zu veröffentlichen. Canfield lehnte das Ansinnen zwar ab, sicherte aber zu, das Manuskript vor der Veröffentlichung zu überprüfen." [Alfred W. McCoy, The Politics of Heroin: CIA Complicity in the Global Drug Trade (Die CIA und das Heroin, in Deutsch erschienen bei Zweitausendeins im Jahr 2003), Chicago Review Press, 2003, S. XXX]

35. Die Veröffentlichung des Buches "The Secret Team ..." von [L. Fletcher Prouty](#), der nicht nur Offizier der Air Force war, sondern auch für das Pentagon und die CIA gearbeitet hatte und aus erster Hand über verdeckte Operationen und Spionageaktivitäten berichtete, ließ 1972 eine großangelegte Zensurkampagne anlaufen. "Die Kampagne gegen das Buch wurde nicht nur in den USA selbst, sondern auch weltweit betrieben," stellte Prouty fest. "Es wurde aus der Bibliothek des Kongresses und aus Universitätsbibliotheken entfernt, und die Ablehnung weiterer von mir verfasster Bücher durch den Verlag Prentice Hall und den Taschenbuchverlag Ballantine Books konnte ich mir nur so erklären, dass auch dabei die CIA ihre weitreichende Hand im Spiel hatte." [L. Fletcher Prouty, The Secret Team: The CIA and Its Allies in Control of the United States and the World (Die CIA und ihre Komplizen bei der Kontrolle der USA und der Welt), New York: SkyHorse Publishing, 2008, S. XII, XV]

36. Während der Anhörungen des [Pike Committees](#) im Jahr 1975 fragte der Kongressabgeordnete Otis Pike CIA-Chef William Colby: "Gibt es irgendwelche von der CIA bezahlten Leute bei Fernsehsendern?" Colby antwortete: "Herr Vorsitzender, über solche Details möchte ich nur in geschlossener Sitzung reden." Als das Publikum den Raum verlassen hatte, gab Colby zu, dass die CIA noch 11 verdeckt arbeitende Agenten bei TV-Sendern untergebracht hatte, viel weniger als früher; er war aber unter keinen Umständen bereit, die TV-Anstalten und deren Chefs zu nennen, die mit der CIA kooperierten. [Schorr, Daniel. Clearing the Air, S. 275]

37. “Die CIA hat unglaublich viele Beziehungen,” sagte der CIA-Offizier William Bader bei einer Anhörung vor dem Geheimdienstausschuss des Senates, der die Infiltration der Medien durch die CIA untersuchte. “Es ist zum Beispiel nicht notwendig, einzelne Journalisten des Magazins Time zu manipulieren, weil die CIA auch Leute auf der Management-Ebene hat.” [Carl Bernstein, The CIA and the Media]
-
38. Im Jahr 1985 stieß der Filmhistoriker und Professor Joseph McBride auf ein Memorandum mit dem Titel “Die Ermordung des Präsidenten John F. Kennedy”, das FBI-Direktor J. Edgar Hoover am 29. November 1963 verfasst hatte; darin lässt dieser wissen, dass seine Bundespolizei zwei Personen Auskünfte (über den Mord) erteilt hatte, auch einem “Herrn George Bush von der CIA”. Der Journalist Russ Baker schrieb dazu: “Als McBride sich bei der CIA nach diesem Namen in dem Memorandum erkundigte, fertigte ihn ein PR-Mann mit der knappen Auskunft ab: ‘Ich kann das weder bestätigen noch dementieren.’ Das ist die Standardantwort von Pressesprechern, wenn sie über Quellen und Methoden nicht informieren dürfen.” Als Professor McBride im Magazin The Nation einen Artikel mit der Überschrift “Der Mann, den es nicht gab: ‘George Bush,’ ein CIA-Agent” veröffentlichte, behauptete die CIA, bei dem in dem FBI-Dokument erwähnten “George Bush” handle es sich um einen George William Bush, der (nach dem JFK-Mord) routinemäßig Nachtdienst im CIA Hauptquartier gehabt habe und natürlich zu Entgegennahme einer FBI Benachrichtigung befugt gewesen sei. McBride machte diesen George William Bush ausfindig und fand heraus, dass der nur “kurzzeitig zur Probe” bei der CIA tätig war und keinesfalls Einblick in die Kommunikation zwischen FBI und CIA hatte. Kurz darauf veröffentlichte McBride einen zweiten Artikel in The Nation, in dem er nachwies, dass “die CIA die US-Bevölkerung dreist angelogen hatte”. Wie bei seinem ersten Artikel heulte auch diesmal die gesamte Medienmeute wieder “entrüstet” auf. Seither wurden aber weitere Dokumente gefunden, die belegen, dass [George H. W. Bush](#) (der Vater des US-Präsidenten George W. Bush) seit 1953 Kontakte zur CIA hatte. [Russ Baker, Family of Secrets: The Bush Dynasty, America’s Invisible Government, and the Hidden History of the Last Fifty Years (Familiengeheimnisse: Die Bush-Dynastie, die hinter den Kulissen die USA regiert, und die verborgene Geschichte der letzten fünfzig Jahre), New York: Bloomsbury Press, 2009, S. 7-12]
-
39. Die gut dokumentierte “Geheimorganisation Gladio” (s. Daniele Ganser: NATO-Geheimarmeen in Europa, orell füsli Verlag, 2005), die durch Kooperation westlicher Geheimdienste – wie der CIA – mit der NATO entstand, verübte von Ende der 1960er bis in die 1980er Jahre mit Schusswaffen und Sprengbomben in ganz Europa zahlreiche Terroranschläge auf Personen und zivile Ziele; in den Mainstream-Medien kam Gladio natürlich nicht vor. Bei einer

Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4
von [LexisNexis](#) im Jahr 2012 nach wissenschaftlichen Kriterien durchgeführten Suchaktion wurden im englischen Sprachraum nur 31 Artikel über die “Operation Gladio” gefunden, von denen die meisten in britischen Zeitungen erschienen waren. In den USA erschienen insgesamt nur vier Artikel über Gladio, drei davon in der New York Times und eine kurze Erwähnung in der Tampa Bay Times. Mit Ausnahme der BBC, die 2009 einen Dokumentarfilm darüber sendete, hat kein anderer Rundfunk- oder TV-Sender (im englischen Sprachraum) jemals über diese staatlich finanzierte Terrororganisation berichtet. Fast alle Artikel über Gladio erschienen 1990, als der italienische Ministerpräsident Giulio Andreotti öffentlich die Beteiligung Italiens an dieser Organisation zugab. Die New York Times stritt jede US-Beteiligung ab, behauptete sogar, Gladio sei eine “rein italienische Erfindung” und versteckte den Bericht auch noch auf Seite A16. Wie der frühere CIA-Direktor William Colby in seinen Memoiren enthüllte, war Gladio in Wirklichkeit “eine verdeckt operierende paramilitärische Organisation, die nach dem Zweiten Weltkrieg auf Betreiben der CIA geschaffen wurde und aus sehr wenigen, besonders zuverlässigen Leuten bestand, die das Vertrauen Washingtons und der NATO hatten”. [[F. Tracy, False Flag Terror and Conspiracies of Silence](#)(Terror unter falscher Flagge und geheime Verschwörungen)]

40. Wenige Tage vor dem [Bombenanschlag](#) auf das Alfred P. Murrah Federal Building in Oklahoma City, der am 19. April 1995 stattfand, vertraute CIA-Chef William Colby seinem Freund John DeCamp, einem Senator des Staates Nebraska, seine persönliche Besorgnis über die Miliz-Bewegung und die patriotischen Vereinigungen in den USA an, die durch den Einsatz damals alternativer Medien – Schriften, Wochenmagazine, Tonkassetten und Radiowerbung – immer populärer wurden. Colby klagte: “Ich habe miterleben müssen, wie die Antikriegsbewegung es unserem Land unmöglich machte, den Vietnam-Krieg so zu führen, dass wir ihn gewonnen hätten. Lieber Freund, ich sage dir, dass die Bewegung der Milizen und Patrioten, in der du dich als Rechtsanwalt ja gut aus – kennst, viel größer und viel gefährlicher für die USA ist, als es die Antikriegsbewegung jemals war; deshalb müssen wir uns etwas Intelligentes einfallen lassen. Und das meine ich auch so.” [David Hoffman, The Oklahoma City Bombing and the Politics of Terror (Der Bombenanschlag in Oklahoma City, und die Politik des Terrors) Venice CA: Feral House, 1998, S. 367]
-

41. Kurz nach dem Erscheinen der Serie “Dark Alliance” (Finstere Allianz) des Journalisten Gary Webb” in den San Jose Mercury News, in der die Beteiligung der CIA am Drogenhandel dargestellt wurde, startete die Presseabteilung der CIA eine Kampagne “gegen den schlechten Ruf der CIA in der Öffentlichkeit”. Webb brachte einem größeren Publikum nur nahe, was Wissenschaftler wie Alfred McCoy und Peter Dale Scott oder der 1989 veröffentlichte [Report des](#)

[Kerry Committee's](#) über die [Iran-Contra-Affäre](#) schon längst nachgewiesen hatten: dass "die CIA schon lange am illegalen internationalen Drogenhandel beteiligt war". Das stand 1999 sogar in einer Studie, die im Auftrag des CIA-Generalinspektors erstellt worden war. Trotzdem sprachen kurz nach dem Start der Webb-Serie CIA-Leute andere Reporter an und versuchten, mit dem Hinweis, da werde ja "nichts Neues" berichtet, eine weitere Verbreitung dieser Informationen zu verhindern. In einem internen CIA Rundschreiben war zu lesen, der Kongress habe bereits in den 1980er Jahren ähnliche Vorwürfe geprüft, die sich alle als "gegenstandslos" erwiesen hätten. Reporter wurden ermutigt, die Webb-Serie sehr kritisch zu lesen und genau zu prüfen, für welche Behauptungen auch tatsächlich Beweise vorlägen. [\[siehe hier\]](#)

42. Am 10. Dezember 2004 wurde der investigative Journalist Gary Webb mit zwei Geschossen des Kalibers 38 (9 mm) im Kopf tot aufgefunden. Der Leichenbeschauer konstatierte Selbstmord. Ted Gunderson, ein hoher Spezialagent des FBI, erklärte 2005: "Gary Webb wurde e r m o r d e t . Webb überlebte den ersten Schuss, weil der nur durch den Kiefer ging, er starb erst am zweiten Schuss, der in den Kopf eindrang." Gunderson hält es für unmöglich, dass Webb zweimal auf sich selbst geschossen haben könnte. [Charlene Fassa, Gary Webb: More Pieces in the Suicided Puzzle (Mehr Teile im Selbstmord Puzzle), Rense.com, December 11, 2005]
-

43. Die angesehensten Journalisten, die "exklusive" Informationen erhalten und Zugang zu den Mächtigen haben, sind normalerweise auch die regierungstreuesten und kooperieren häufig auch mit Geheimdiensten. Wer solche Verbindungen hat, wird selbstverständlich nur die offizielle Regierungslinie vertreten. So hat zum Beispiel Tom Wicker von der New York Times am 22. November 1963 berichtet, dass Präsident John F. Kennedy "von einer Kugel im Hals getroffen wurde, die dicht unter dem Adamsapfel eingedrungen ist." Sein Bericht ging aber schon in Druck, bevor die offizielle Story vorlag – von dem einzelnen Mord schützen, der Kennedy von hinten erschossen haben soll. Wickers wurde dafür "mit dem Kappen von Zugängen bestraft, bei Redakteuren und Herausgebern in Misskredit gebracht, gesellschaftlich geächtet, bei Konkurrenten angeschwärzt und auch sonst auf eine Art gemaßregelt, die niemandem zu wünschen ist". [Barrie Zwicker, Towers of Deception: The Media Coverup of 9/11 (Der Betrug mit den Türmen: Die Medienlügen über die Anschläge am 11.09.), Gabriola Island, BC: New Society Publishers, 2006, S. 169- 170]
-

44. Die CIA legt viel Wert auf ein positives öffentliches Image und fördert deshalb auch Hollywood-Filme wie "[Argo](#)" und "[Zero Dark Thirty](#)". "Sie beschäftigt deshalb Spezialagenten, die Einfluss auf die Unterhaltungsindustrie ausüben

und sich darum kümmern, dass die CIA auch dort möglichst gut wegkommt,” schrieb Tom Hayden in der LA Review of Books. “Der Einfluss, den die CIA auf den Unterhaltungssektor ausübt, ist so selbstverständlich geworden, dass sich kaum noch jemand über dessen juristische oder moralische Fragwürdigkeit aufregt. Die CIA wird als eine normale Behörde der US-Regierung dargestellt, obwohl ihre Tätigkeit keiner öffentlichen Kontrolle unterliegt. Die im Hintergrund wirkenden “Berater” der CIA nutzen Hollywood-Filme als populäres Medium, um die CIA so positiv wie möglich oder wenigstens nicht allzu negativ erscheinen zu lassen.” [Tom Hayden, Review of The CIA in Hollywood: How the Agency Shapes Film and Television by Tricia Jenkins (Die CIA in Hollywood: Wie der Geheimdienst Film und Fernsehen beeinflusst, von Tricia Jenkins) LA Review of Books, February 24, 2013, nachzulesen [hier](#)].

45. Der ehemalige CIA-Sachbearbeiter Robert David Steele sagte aus, die Manipulation der Nachrichtenmedien durch die CIA sei “seit 2010 intensiver als sie Ende der 1970er Jahre war”, als Carl Bernstein “The CIA and the Media” schrieb. “Bedauerlich ist vor allem, dass die CIA nicht nur im Stande ist, mit viel Geld die Medien, den Kongress und andere wichtige Institutionen zu manipulieren, sondern, dass die Medien das alles auch noch decken.” [[James Tracy interview with Robert David Steele, August 2, 2014](#)]
-

46. Es ist erwiesen, dass der Rundfunkjournalist [Anderson Cooper](#) schon seit Ende der 1980er Jahre, als er noch Student in Yale war, für die CIA arbeitete. Nach Angaben in Wikipedia, die in diesem Fall sogar zutreffen, war schon Coopers Großonkel William Henry Vanderbilt III unter William “Wild Bill” Donovan Agent des OSS, der diese Spionage-Organisation gegründet hat. Vanderbilts Engagement für OSS und CIA ist ein Beispiel dafür, dass die CIA besonders gern einflussreiche Persönlichkeiten für ihre Zwecke einspannt. [nachzulesen unter]
-

47. Der früher als Journalist tätige deutsche Autor Udo Ulfkotte hat in seinem 2014 veröffentlichten Buch “Gekaufte Journalisten” enthüllt, wie er mit Kündigungsdrohungen dazu erpresst wurde, von Geheimagenten verfasste Artikel unter seinem Namen zu veröffentlichen. “Das endete damit, dass von Agenten der CIA oder eines anderen, meist deutschen Geheimdienstes geschriebene Artikel unter meinem Namen veröffentlicht wurden,” erklärte Ulfkotte in einem Interview mit Russia Today. [[s. hier](#)].
-

48. 1999 gründete die CIA die Investitionsfirma [In-Q-Tel](#), die in junge Unternehmen der Informationstechnologie einsteigt, um “neue und relevante Technologien

frühzeitig zu erkennen und sie für die nationale Sicherheit der Vereinigten Staaten nutzbar zu machen". Das Unternehmen hat auch in die Internetplattformen Google und Facebook investiert, die in den USA (und im Ausland) unverzichtbar geworden sind. "Wer von Silicon Valley profitieren will, muss dort Teilhaber werden," erklärte Jim Rickards, der die US-Geheimdienste berät und über In-Q-Tel sehr gut informiert ist. "Das kann man am besten, wenn man dafür ein eigenes Budget hat; wenn Sie ein dickes Scheckheft haben, kommt jeder zu Ihnen." Früher hat In-Q-Tel nur der CIA gute Dienste geleistet, heute unterstützt das Unternehmen viele der 17 US-Geheimdienste, einschliesslich der [National Geospatial-Intelligence Agency / NGA](#), der Defense Intelligence Agency / DIA und des [Department of Homeland Security Science and Technology Directorate](#)." [[weitere Infos](#)]

49. Auf einer Konferenz über In-Q-Tel im Jahr 2012 erklärte der damalige CIA Direktor [David Petraeus](#), das sich schnell entwickelnde "Internet der Dinge" und das "intelligente Haus" machten es möglich, jeden US-Bürger auszuspionieren, falls er zu einer "Person von Interesse für die Geheimdienste" werde, berichtete das [Magazin Wired](#). "Transformation hat sich zu einem überbeanspruchten Wort entwickelt, ich glaube aber, dass es gerade für diese Entwicklungen passt," schwärmte Petraeus, "besonders durch die Möglichkeit, sie unbemerkt zu beeinflussen. ... Objekte von Interesse können lokalisiert, identifiziert und überwacht werden – durch Technologien wie die Identifizierung von Funkfrequenzen und Sensornetzen, durch winzige implantierte Server und Energiebeschaffer, durch neue, noch leistungsfähigere und noch preisgünstigere Supercomputer wird die Überwachung des Internets noch besser gelingen," sagte Petraeus, "vor allem wenn die Datenspeicherung über immer größere "Clouds" erfolgt. [Spencer Ackerman, CIA Chief: [We'll Spy on You Through Your Dishwasher](#) (CIA Chef: Wir werden sie sogar über ihre Spülmaschinen ausspionieren), siehe]
-

50. Im Sommer 2014 haben die Webdienste von Amazon begonnen, eine 600 Millionen Dollar teure Supercloud für die CIA zu entwickeln, die alle 17 US-Geheimdienste nutzen können. Im Magazin The Atlantic war zu lesen: "Wenn sich die Technologie so entwickelt, wie es die Geheimdienstler erhoffen, werden wir in ein neues Zeitalter der Kooperation und der Koordination eintreten, in dem die Dienste ihre Informationen noch schneller teilen, ihre Operationen noch besser aufeinander abstimmen und Lücken bei den geheimdienstlichen Erkenntnissen, die es vor den Terroranschlägen am 11.09.2001 gab, ausschließen können." [[The Details About the CIA's Deal With Amazon](#)]
-



Oben: Noch ein statement eines Freundes.

Wikileaks:

Wie die CIA deutsche Medien manipulierte

Von Florian Hauschild Published On: 25. Juni 2015

Schon im März 2010 veröffentlichte die Leakingplattform Wikileaks ein fünf-seitiges Strategiepapier, das diese Vorgehensweise umreißt und die für die Kriegsführung notwendigen Schritte seitens der CIA beschreibt: In der vorwiegend links-geprägten, politisch-aktiven deutschen Öffentlichkeit war es zuvor Voraussetzung des NATO-Krieges gegen Afghanistan gewesen, mindestens eine „Apathie“ herzustellen, was auch gelang. Um zu verhindern, dass angesichts der folgenden und seitdem andauernden deutschen Beteiligung an den Kampfhandlungen der so genannten ISAF-Mission in Afghanistan, Empörung hinsichtlich der Opfer des Krieges entsteht, wurde es seitens der Agency ebenfalls als notwendig erachtet, die Gesellschaft fortan auf die „Tolerierung ziviler Opfer“

einzujustieren. Dafür sollte ein Argumentationsmuster ausgebaut werden, dass schon 2001 in Deutschland als Kriegsrechtfertigung erhalten musste: Mit einer gezielt lancierten Kampagne mit dem Inhalt, der Krieg diene vor allem dem Schutz der Menschen- und insbesondere der Frauenrechte. Der Widerspruch, dass in den USA den dortigen Bürgern der selbe Krieg als Vergeltungsschlag für den 11. September verkauft wurde, störte dabei kaum einen der sonst so klugen linksliberalen publizistischen Köpfe. Dass die „aggressiv humanistischen“ Kriegsgründe allerdings nur vorgeschoben waren und lediglich der Kriegsrechtfertigung dienten, belegt seit dem Jahr 2006 auch die kanadische Feministin und Politikwissenschaftlerin Krista Hunt. Angelehnt an Donald Rumsfelds Begriff des „embedded journalism“, kritisiert Hunt einen „embedded feminism“, der sich der Kriegsbegründung andiene, sich aber nur so lange um die Rechte afghanischer Frauen schere, wie es Bomben hageln soll. Im Anschluss an den Krieg ist bei den politischen und medialen Kriegstreibern meist keine Rede mehr von Frauen- oder Menschenrechten. Dass es den meisten Frauen, wie auch den ganzen Gesellschaften, nach einem Angriffskrieg natürlich noch viel schlechter geht, spielt dann ebenfalls keine Rolle mehr im Diskurs. Die „westlichen Werte“ mit denen das US-Imperium nach eigener Darstellung den Rest der Welt beglücken will, sind dann schnell vergessen. Andrea Nachtigal auf dem Internetportal Linksnet dazu:

„Wesentlich für die Funktionsweise des „embedded feminism“ ist seine inhärente eurozentrische und (neo-) kolonialistische Logik, mit deren Hilfe sich der „Westen“ damals wie heute als kulturell überlegen imaginiert und seine imperialistischen Herrschafts- und Interventionsansprüche absichert.“

In dem von Wikileaks veröffentlichten CIA-Dokument heißt es dazu klar und eindeutig: „Die afghanischen Frauen sind der ideale Botschafter, um den Kampf der ISAF-Truppen gegen die Taliban human erscheinen zu lassen. Denn gerade Frauen können glaubwürdig über ihre Erfahrungen unter den Taliban, ihre Zukunftsträume und ihre Ängste bei einem Sieg der Taliban sprechen.“

Wir brauchen reichweitenstarke Medien, in denen afghanische Frauen ihre Erfahrungen mit französischen, deutschen und anderen europäischen Frauen teilen können, damit gerade die bei europäischen Frauen stark vorhandene Skepsis gegen die ISAF-Mission abgebaut werden kann. Nach Umfrageergebnissen des Bureau of Intelligence and Research (INR) der CIA vom Herbst 2009 unterstützten 8 Prozent der befragten französischen und 22 Prozent der befragten deutschen Frauen den Afghanistankrieg weniger als ihre jeweils befragten männlichen Landsleute.

Am effektivsten sind wahrscheinlich solche Medienevents, in denen afghanische Frauen von ihrer Situation Zeugnis ablegen. Am besten in den Rundfunkmedien, die einen besonders hohen Frauenanteil bei ihrer Zuhörerschaft haben“

Was genauer hinter dieser Strategie steckt, dazu befragt der freie Journalist Jens Wernicke in einem aktuellen Interview für das Internetportal Telepolis den Politologen Prof. Jörg Becker.

Becker erforscht seit langem Spins und mediale Manipulationen zum Zwecke der Kriegspropaganda und spricht von einer übergeordneten Medienstrategie seitens der US-Geheimdienste, die letztendlich auf das 1996 erschienene Werk „Kampf der Kulturen“ von Samuel Huntington zurück geht. In seinem einflussreichen und wissenschaftlich hoch umstrittenen Buch, bezeichnet Huntington den Islam als Modernisierungshindernis für den Westen, weshalb es gelte alle muslimischen Länder radikal zu destabilisieren. Eine Blaupause für die spätere US-Außenpolitik. Becker dazu:

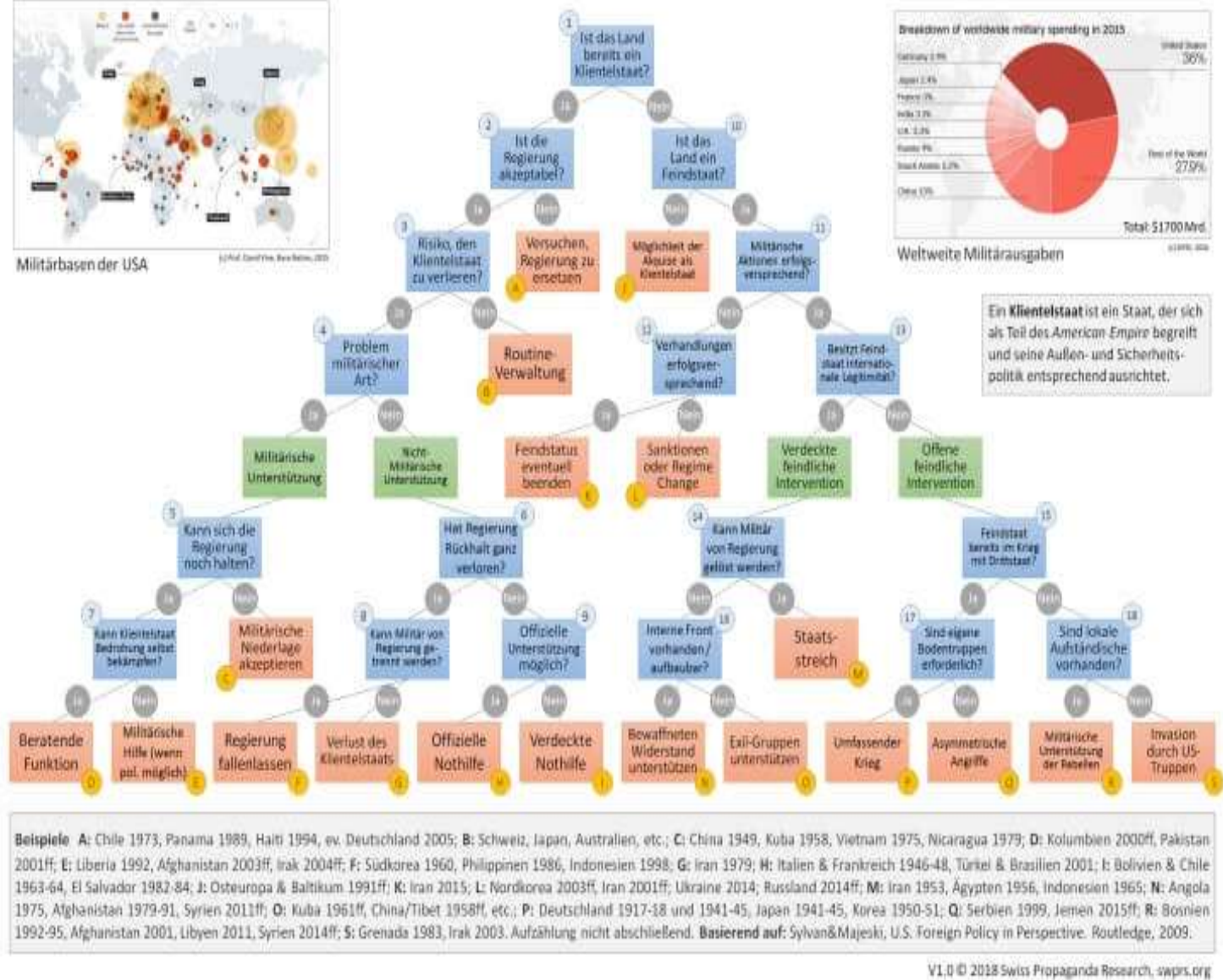
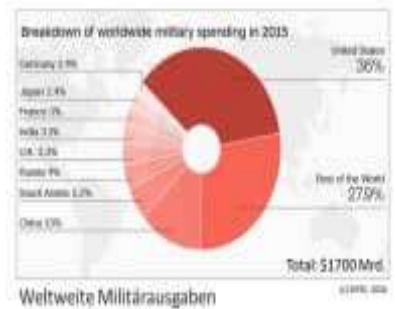
„In diesem aggressiven Kampf der USA um eine globale Modernisierung nach westlichem Vorbild spielt die Frauenfrage eine herausragende Rolle. Es entwickelt sich eine mörderische Allianz von NATO und westlichem Feminismus. In Deutschland verkörpert diese Allianz am meisten die Vorzeigefeministin und Islamhasserin Alice Schwarzer, etwa mit ihrem dümmlichen Buch „Die Gotteskrieger und die falsche Toleranz“. Und auch, dass es vor allem die politisch linken Millieus sind, die – keineswegs immer freiwillig – Ziel und Multiplikator der medialen Propaganda sind, untermauert Becker: „In der Tat wissen wir seit Langem, dass linke und linksliberale Kräfte in Europa schon immer im Visier des US-amerikanischen Geheimdienstes CIA standen. Und zwar nicht nur als Verfolgte und Opfer – wie beispielsweise die linken Schriftsteller Bertolt Brecht und Graham Greene –, sondern außerdem auch als unfreiwillig-freiwillige Partner.“

Dabei gelte es besonders mit den Chiffren „Hitler“ und „Auschwitz“ zu arbeiten. Einen ungeliebten Machthaber medial als neuen Hitler oder ein Massaker als das neue Auschwitz zu bezeichnen, sei eine vielversprechende Strategie, wenn es darum geht linksliberale Köpfe für den Krieg zu begeistern. Schaut man sich die vorherrschenden Dogmen im deutschen links-grünen Spektrum genauer an, scheint diese CIA-Strategie ziemlich gut aufgegangen zu sein

Die Logik imperialer Kriege

Von Swiss Propaganda Research Published On: 2. Juni 2018

Die Logik Imperialier Kriege



Aufgrund ihrer ökonomischen und militärischen Vormachtstellung nehmen die USA seit dem Zweiten Weltkrieg und insbesondere seit 1990 die Rolle eines modernen Imperiums ein. Hieraus ergibt sich für ihre Außenpolitik eine eigene, genuin imperiale Handlungslogik (siehe obige Abbildung).

Die zentrale Unterscheidung (Nr. 1) aus Sicht eines Imperiums ist dabei jene in Klientel- und Nicht-Klientelstaaten. Der Begriff des Klientelstaates [1] stammt aus der Zeit des Römischen Reiches und bezeichnet Staaten, die sich grundsätzlich selbst verwalten, ihre Außen- und Sicherheitspolitik aber am Imperium ausrichten und ihre Regierungsnachfolge mit diesem abstimmen.

Bei bestehenden Klientelstaaten (linke Seite des Diagramms) geht es aus imperialer Sicht entweder um die Routine-Verwaltung (B – bspw. Schweiz und Österreich), eine militärische oder nicht-militärische (z.B. ökonomische) Unterstützung (D bis I – bspw. Kolumbien und Pakistan), oder aber

um den Versuch, inakzeptable Klientelregierungen demokratisch oder militärisch zu ersetzen (A – bspw. Griechenland 1967, Chile 1973, ev. auch Deutschland 2005 und Türkei 2016). In gewissen Fällen kann sich eine Klientelregierung trotz imperialer Unterstützung nicht mehr an der Macht halten und muss fallengelassen bzw. der Klientelstaat aufgegeben werden (C, F, G – bspw. Südvietnam 1975 oder Iran 1979).

Bei Nicht-Klientelstaaten (rechte Seite des Diagramms) ergibt sich eine andere Ausgangslage. Gerät eine Region neu in den Einflussbereich des Imperiums, so wird es zunächst versuchen, die entsprechenden Staaten auf friedliche Weise als Klientelstaaten zu erwerben (J). Dies war beispielsweise der Fall in Osteuropa und dem Baltikum nach 1990.

Weigert sich ein Staat hingegen, Klientelstaat zu werden, so gerät er früher oder später zum Feindstaat, da er den Hegemonialanspruch des Imperiums allein durch seine Unabhängigkeit und Eigenständigkeit in Frage stellt und damit die innere und äußere Stabilität des Imperiums bedroht. Denn ein Imperium, das seinen Hegemonialanspruch nicht mehr durchsetzen kann, zerfällt. Auf diese Weise geraten die meisten Imperien in einen beinahe unvermeidlichen Expansionszwang, dem sich selbst grundsätzlich friedliche Staaten nicht entziehen können.

Bei Feindstaaten muss das Imperium zunächst entscheiden, ob eine militärische Aktion erfolgsversprechend ist oder nicht (Nr. 11). Falls nicht, wird das Imperium möglicherweise Verhandlungen aufnehmen und je nach Erfolgsaussicht entweder den Feindstatus beenden (K) oder aber Sanktionen verhängen bzw. einen (zivilen) Regimewechsel anstreben (L).

Typische Beispiele hierfür sind derzeit etwa der Iran, Nordkorea, Russland und zunehmend China. Nicht zufällig sind dies meist Staaten, die Nuklearwaffen besitzen oder anstreben, denn nur damit lässt sich die entscheidende Weiche Nr. 11 nachhaltig von militärischen auf nicht-militärische Szenarien umlegen. Wichtig ist zudem die Verfügbarkeit von essentiellen Rohstoffen wie Öl und Gas, da sich ansonsten die eigene Unabhängigkeit längerfristig nicht aufrecht erhalten lässt.

Beurteilt das Imperium eine militärische Aktion hingegen als erfolgsversprechend, so stellt sich als nächstes die Frage, ob der Feindstaat bzw. seine Regierung internationale Legitimität besitzt oder nicht (Nr. 13). Im ersten Fall wird das Imperium eine verdeckte feindliche Intervention vorbereiten, im zweiten Fall ist eine offene feindliche Intervention möglich. Dabei kann die autokratische Regierungsform vieler Feindstaaten genutzt werden, um ihnen die internationale Legitimität abzusprechen.

Zu den verdeckten feindlichen Interventionen zählen insbesondere der Staatsstreich (M – z.B. Iran 1953, Ägypten 1956) sowie die verdeckte Unterstützung von Rebellen (N – z.B. Afghanistan 1979ff) oder Exilgruppen (O – z.B. Kuba 1961ff). Es sind dies klassische Geheimdienstoperationen.

Bei den offenen feindlichen Interventionen wird zunächst geprüft, ob sich der Feindstaat bereits in einem Konflikt befindet, ob lokale Aufständische vorhanden sind, und ob eigene Bodentruppen erforderlich sind. Je nach Szenario kommt es in der Folge zu asymmetrischen (Luft-)Angriffen (Q – z.B. Serbien 1999), zu einer Unterstützung von Rebellen (R – z.B. Syrien 2011ff), zu einer gezielten Invasion (S – z.B. Irak 2003), oder zu einem umfassenden Krieg (P – z.B. Deutschland 1941-45, Korea 1950-51).

Die imperiale Handlungslogik ist grundsätzlich unabhängig von der jeweils amtierenden US-Regierung. Verschiedene Regierungen können jedoch zu unterschiedlichen Einschätzungen gelangen bezüglich der Erfolgsaussicht militärischer Aktionen (Nr. 11) und diplomatischer Verhandlungen (Nr. 12), der Vorteile offener versus verdeckter Operationen (Nr. 13), der Akzeptanz und Bedeutung bestehender Klientelregierungen (Nr. 2), sowie der politischen Unterstützung für militärische Eingriffe (Szenario E).

Aus der dargestellten Logik ergeben sich zugleich die wichtigsten geopolitischen Funktionen imperial orientierter Medien: Es sind dies insbesondere das Delegitimieren von Feindstaaten bzw. deren Regierungen (Nr. 13), das Unterstützen offener und das Ausblenden verdeckter feindlicher Operationen (Nr. 14 bis 18), das Rechtfertigen von Sanktionen und Regimewechseln (Szenario L), sowie die Mithilfe bei der imperialen Führung bzw. Absetzung von Klientelregierungen (Szenario A).

Aufgrund des umfangreichen Medienangebots im Internet wird die einheitliche mediale Darstellung solcher Interventionen indes zunehmend erschwert. Es ist dies eine neue Entwicklung, deren Auswirkungen auf die imperiale Politik noch nicht absehbar sind.

Quellen:

[1] wikipedia, Client state, <https://en.wikipedia.org/wiki/Client_state>

Literatur:

Sylvan, David & Majeski, Stephen (2009): U.S. Foreign Policy in Perspective: Clients, Enemies and Empire. Routledge, London.

Blum, William (2014): Killing Hope: US Military and CIA Interventions Since World War II – Updated Edition. ZED Books, London.

Brzezinski, Zbigniew (1998): The Grand Chessboard: American Primacy And Its Geostrategic Imperatives. Basic Books, New York.

Haass, Richard (2017): A World in Disarray: American Foreign Policy and the Crisis of the Old Order. Penguin Press, London.

Kagan, Robert (1998): The Benevolent Empire. Foreign Policy Magazine.

Kissinger, Henry (2015): World Order. Penguin Books, London.

Der Propaganda-Schlüssel

Mediale Manipulationstechniken

1. Redaktionelle Techniken
 - a. Themenauswahl: Einseitige Auswahl, Gewichtung oder Platzierung
 - b. Schlagzeilen: Einseitige Wahl von Titel, Untertitel oder Zwischentitel
 - c. Konfliktparteien: Einseitige Zuteilung von Text oder Redezeit
 - d. Drittquellen: Einseitige Auswahl oder intransparente Kennzeichnung
 - e. Interviews/Gäste: Einseitige Auswahl, Bezeichnung, Gesprächsführung
 - f. Kontext: Sinnverändernde Auslassung von Kontextinformation
2. Sprachliche Techniken
 - a. Unterstellungen; unbelegte oder falsche Behauptungen
 - b. Manipulative Wortwahl, Formulierungen, Bezeichnungen
 - c. Manipulative Suggestionen, Insinuationen, Assoziationen
 - d. Manipulative Übersetzungen und Zitierungen
3. Audiovisuelle Techniken
 - a. Manipulative *Verwendung* von Bild-, Ton- oder Filmmaterial
 - b. Manipulative *Bearbeitung* von Bild-, Ton- oder Filmmaterial
 - c. Manipulativer Einsatz von Hintergrundmusik
 - d. Manipulative Mimik, Gestik, Intonation
4. Weitere Techniken
 - a. Berufung auf Autorität oder Prestige
 - b. Diffamieren; Diskreditieren; Verhöhnern
 - c. Idealisieren; Bagatellisieren; Verbrämen
 - d. Emotionalisieren; Personalisieren; Pauschalisieren
 - e. Andere

Botschaften der Kriegspropaganda

1. Das feindliche Lager trägt die alleinige Schuld am Krieg
2. Wir sind unschuldig und friedliebend
3. Der Feind hat dämonische Züge
4. Wir kämpfen für eine gute Sache, der Feind für eigennützige Ziele
5. Der Feind begeht mit Absicht Grausamkeiten, bei uns ist es Versehen
6. Der Feind verwendet unerlaubte Waffen
7. Unsere Verluste sind gering, die des Gegners aber enorm
8. Unsere Sache wird von Künstlern und Intellektuellen unterstützt
9. Unsere Mission ist heilig
10. Wer unsere Berichterstattung in Zweifel zieht, ist ein Verräter

Also. Es wird international gelogen, dass sich die Balken biegen und die Mainstreammedien

reichen vieles ungeprüft durch. Die Mainstreammedien, wie alle Medien unterliegen einer AKTIVEN Friedensverpflichtung kommen dieser aber unzureichend bis gar nicht nach.

Die Mainstreammedien (viele davon sind NATO-Pressestellen!) sind alle auf einem transatlantisch-gerechten Kurs und verkaufen uns illegale Kriege und US-Regime Changes (mit seit dem 2 Weltkrieg zwischen 10-20 Millionen Kriegstoten/Regime Change-Folgetoten) als notwendig – für Frieden, Demokratie und Menschenrechte bla, bla, bla und wie jedem der sich mit Psychologie (hier Wahrnehmungspsychologie) beschäftigt hat, weiß, dass wenn der Rezipient, also der Medienkonsument gleichartige Informationen von vielen verschiedenen Sendern erfährt, der gefühlte Wahrheitsgehalt steigt, auch wenn es blanke Lügen sind. Wollen Sie einen kleinen Chrashkurs über Propaganda?

Siehe hier: <https://swprs.org/der-propaganda-schluessel/> Public-Relations-Agenturen und Krieg – Ausschnitt aus Prof. Dr. Jörg Beckers Buch: Medien im Krieg – Krieg in den Medien; Kriegs PR Agenturen manipulieren und verbreiten FAKE NEWS, verstärken Vorurteile & Feindbilder, betreiben agenda setting, VERKAUFEN DEN KRIEG,

Vorbemerkungen Blogbetreiber: PR-Agenturen als (ver)dienende Kriegsverkäufer manipulieren die öffentliche Meinung über die Mainstreammedien zugunsten von Kriegsakteuren PR Agenturen die mit Kriegspropaganda und Fake News für aktive Kriegsakteure gute Geschäfte machen, sind bekannt, werden medial aber oftmals nicht genannt, da man als Medium meist deren Propaganda ungeprüft durchgereicht hat. Selbstreflexion und Selbstkritik scheint bei den Medien noch nicht angekommen zu sein. Für medial verbreitete Lügen wird sich auch nicht gerechtfertigt oder gar entschuldigt. Hat man als Medium etwa Angst dadurch die Glaubwürdigkeit und das Vertrauen zu verlieren, verliert man es, wenn man es nicht macht! Siehe Medienkrise. Kriegspropaganda PR Agenturen können als Fake News Agenturen oder Manipulationsagenturen bezeichnet werden (auch als morallose Blutprofitagenturen) und haben bei diesen Aufträgen für Kriegsakteure wie dem Pentagon oder Kriegführende Regierungen wenig mit Public Relations zu tun. Es wird manipuliert und gelogen, dass sich die Balken biegen. Ethik und Moral sind fehl am Platz? Zum besseren Verständnis, wie PR-Agenturen für Kriegsakteure agieren, zwei exemplarische Beispiele aus der Vergangenheit, Buchausschnitt Medien im Krieg – Krieg in den Medien.)—

Buchauschnitt: (Hervorhebungen durch Blogbetreiber) Univ. Prof. Dr. Jörg Becker: Medien im Krieg, Krieg in den Medien. (Seite 68-75) 3.2

Public-Relations-Agenturen und Krieg

Vorurteile fallen nicht vom Himmel, vielmehr werden sie konstruiert und kreiert. Meistens geschieht dies als anonymer Prozess der sozialen Konstruktion, manchmal sind aber auch individuell handelnde Konstrukteure eindeutig benennbar. Während eines Krieges und während der öffentlichen Debatten über ihn zählen Public-Relations-Agenturen seit Langem zu den wichtigsten Kriegskommunikatoren. Die kritische Sozialwissenschaft weiß inzwischen ganz gut darüber Bescheid, dass und wie PR-Agenturen im Auftrag und Interesse und gegen

Bezahlung für kriegsführende Regierungen die Weltpresse erfolgreich manipulieren. Der Biafrakrieg von 1967 mit seinen geschätzten 0,5 bis 2 Millionen Toten dürfte der erste große Krieg des 20. Jahrhunderts gewesen sein, bei dem PR-Agenturen im Auftrag der Kriegsparteien die mediale Weltöffentlichkeit, insbesondere die europäische, erfolgreich beeinflussten. So arbeitete für das kriegsführende Nigeria die britische Agentur Burson-Marsteller Associates und für die abtrünnige Provinzregierung in Biafra arbeitete die US-amerikanische PR-Agentur Ruder Finn und die Genfer Werbeagentur Markpress. Erfolgreich im Sinne der PR-Agenturen bezahlen biafranischen Bürgerkriegsregierung war die Beeinflussung der westlichen Öffentlichkeit aus mehreren Gründen. Mittels agenda setting verbreiteten die unter Vertrag stehenden PR-Agenturen gezielt solche Signalwörter, die die biafranische Argumentation in eine europäische Sicht umwandelten (z. B. christlich, Hungerblockade, Genozid, Bombenterror) und die es der europäischen Presse erleichterten, die Sicht der afrikanischen Kriegspartei einer europäischen Öffentlichkeit zu verkaufen. Die damaligen PR-Agenturen wussten freilich recht gut, dass einem solchen Top-down-Ansatz der Kommunikation auf lokaler Ebene in Europa und den USA ein Bottom-up-Ansatz der Kommunikation entsprechen muss, man brauchte also Basisgruppen und eine empörte Bevölkerung in Form zahlreicher BiafraSolidaritätskomitees, die die gleichen Argumente von unten her benutzten. In den USA gab es beispielsweise die von einer PR-Agentur gegründete NGO Biafran Students Association, die gegen Honorar vor dem UNO-Hauptquartier politische Demonstrationen für die Unabhängigkeit Biafras organisierte. Für Deutschland gilt es, an die Hamburger Aktion Biafra-Hilfe zu erinnern, aus der dann später die NGO Gesellschaft für bedrohte Völker (GfbV) hervorging. Zwar war die GfbV nicht von einer PR-Agentur gegründet worden, aber sie entstand – quasi im Zeitgeist – zeitlich parallel zur aktiven Tätigkeit von PR-Agenturen für den Teilstaat Biafra. Gerade sie war es, die im Zusammenhang mit dem Biafrakrieg aus Signalwörter wie Völkermord, Massenvernichtung, Massengräber, Rassenwahn, Liquidierung, Vertreibung, Konzentrationslager und Auschwitz setzte und explizite Vergleich zwischen den unterlegenen Biafranern und den Juden unter der NS-Herrschaft formulierte. Sehr deutlich wird die angebliche Parallelität zwischen den Konzentrationslagern der Nazis und einem Völkermord in Biafra auf einer Titelseite der Zeitschrift Pogrom der GfbV von 1970 (siehe Abb. 3.3). Diese Titelseite von Pogrom ist in mehrfacher Hinsicht für den politischen Diskurs im Nachkriegsdeutschland wichtig, war es doch seltsamerweise der Biafrakrieg, der neben den Frankfurter Auschwitz-Prozessen (1963/1968) einen öffentlichen Diskurs über Auschwitz eröffnete, einen Diskurs, den es in der veröffentlichten Meinung in den 1950er Jahren überhaupt nicht gegeben hatte. Genau diese Titelseite Pogrom steht auch für das direkte oder indirekte Miteinander einer Kommunikation von oben und unten. Die PR-Manipulation von oben verband sich mit „spontaner“ Basiskommunikation von unten und schaffte so in sich geschlossene Kommunikationssysteme. Dieser Verstärkerwirkung konnte sich kaum einer entziehen. Sie war erfolgreich in der Lage, die veröffentlichte Kriegsberichterstattung im Sinne der Regierung von Biafra zu beeinflussen und zu verändern. Nach dem gleichen Muster waren zahlreiche US-amerikanische PR-Agenturen im Kontext der verschiedenen Kriege in Ex-Jugoslawien in den neunziger Jahren aktiv, und sie waren es bis zur Unabhängigkeit des Kosovo. Zwei der PR-Agenturen, die schon im Biafrakrieg tätig waren, nämlich Burson-

Marsteller und Ruder Finn tauchten als erfolgreiche Kommunikationsspezialisten für Kriegsparteien in diesen Kriegen auf. So führte die Ruder Finn von 1991 bis 1997 umfangreiche PR-Kampagnen für die Regierung von Kroatien, Bosnien-Herzegovina und für die Führung der Kosovo-Albaner durch, Burson-Marsteller wurde von Sarajevo engagiert. (Anmerkung Blogbetreiber: Etwa vom CIA inspiriert oder dirigiert?) In einer systematischen Untersuchung über die Rolle US-amerikanischer PR-Agenturen in den jüngsten Balkankriegen zwischen 1991 und 2001 kommen die beiden Autoren u. a. zu folgenden Ergebnissen (vgl. Becker und Beham 2006) • Allein von 1991 bis 2001 waren 31 US-amerikanische PR-Agenturen und 9 PR-Einzelagenten für unterschiedliche Kriegs- und Konfliktparteien auf dem Balkan tätig. • Die Arbeit dieser insgesamt 40 PR-Firmen schlug sich in wenigstens 160 einzelnen Beraterverträgen nieder, der sich aus diesen ergebende Gesamtumsatz betrug wenigstens zwölf Millionen Dollar. • Die wichtigsten PR-Agenturen waren: Washington World Group, Ruder Finn, Jefferson Waterman International und Burson-Marsteller. • Zwischen diesen PR-Agenturen und der US-amerikanischen Politik und dem US-amerikanischen Militär gab und gibt es zahlreiche und hochrangige Personalverflechtungen, eine Art militärisch-industrieller-kommunikativer Komplex. Diese von den Kriegsparteien engagierten PR-Agenturen arbeiteten im Wesentlichen mit folgenden Elementen, die sie formal und inhaltlich miteinander kombinierten: politische Propaganda, Lobby-Arbeit, Krisenkommunikation, Informationsmanagement, Management und Organisation einzelner Kampagnen, politischen Kommunikationsberatung und –arbeit generelle Beratung und Beobachtung von Gegnern und Öffentlichkeit. PR-Agenturen, die für nichtserbische Klienten arbeiten, gaben u. a. folgende Ziele ihrer Arbeit an: • die Anerkennung der Unabhängigkeit Kroatiens und Sloweniens durch die USA, • die Wahrnehmung Sloweniens und Kroatiens als fortschrittliche Staaten westeuropäischen Zuschnitts, • die Darstellung der Serben als Unterdrücker und Aggressoren. • die Gleichsetzung der Serben mit den Nazis, • die Formulierung des politischen Programms der Kosovo-Albaner, • die Darstellung der Kroaten, der bosnischen Muslime und der Kosovo-Albaner als ausschließlich unschuldige Opfer, • die Anwerbung von NGOs, Wissenschaftlern und Thinktanks für die Verwirklichung der eigenen Ziele, • günstige Verhandlungsergebnisse für die albanische Seite in Rambouillet, • eine Förderung von US-Investitionen in den jugoslawischen Nachfolgestaaten und • die Abspaltung Montenegros von Serbien. Wie die erfolgreiche Arbeit dieser PR-Agenturen en détail ablief, lässt sich gut an den Selbstaussagen von James Harff, einem führenden Manager in der PR-Agentur Ruder Finn, entnehmen, also der Agentur, die gleich für drei unterschiedliche Kriegsparteien aus Ex-Jugoslawien gearbeitet hatte. „Es ist nicht unsere Aufgabe, Informationen auf ihren Wahrheitsgehalt hin zu überprüfen. Wir haben dafür nicht die nötigen Mittel. (...) Unsere Arbeit besteht darin, Informationen auszustreuen und so schnell wie möglich in Umlauf zu bringen, damit die Anschauungen, die mit unserer Sache im Einklang stehen, als erste öffentlichen Ausdruck finden. Schnelligkeit ist hier die Hauptsache. Wenn eine Information für uns gut ist, machen wir es uns zur Aufgabe, sie umgehend in der öffentlichen Meinung zu verankern. Denn uns ist klar, dass nur zählt, was einmal behauptet wurde. Dementis sind dagegen völlig unwirksam.“ (Merlino 1999, S 156 und 154) Als seinen größten PR-Erfolg bezeichnete James Harff, dass es ihm im Bosnienkrieg gelungen sei, „die

Juden auf unsere Seite zu ziehen“ (Merlino 1999, S 155). Und in der Tat veröffentlichten drei der größten jüdischen Organisationen in den USA im August 1992 eine ganzseitige Protestanzeige in der New York Times, in der die Serben mit den Nazis und die Bosnier mit den Juden gleichgesetzt wurden. Danach so Harff weiter, geschah folgendes: „Die Presse wandelte umgehend ihren Sprachgebrauch und verwendete ab sofort emotional stark aufgeladene Begriffe wie ethnische Säuberung, Konzentrationslager usw., bei denen man an Nazi-Deutschland, Gaskammern und Auschwitz denkt. Die emotionale Aufladung war so stark, dass niemand mehr eine gegenteilige Meinung vertreten konnte oder andernfalls Gefahr lief, des Revisionismus beschuldigt zu werden. Da haben wir voll ins Schwarze getroffen.“ (Merlino 1999, S 156) Der Text dieser Anzeige des American Jewish Committee (AJC), des American Jewish Congress (AJC) und der Anti-Defamation League (ADL) ist mehr als bemerkenswert. Da heißt es u. a.: „Zu den blutigen Namen von Auschwitz, Treblinka und anderen Nazi-Todeslagern scheinen die Namen von Omarska und Brcko hinzuzufügen zu sein. (...) Ist es möglich, dass fünfzig Jahre nach dem Holocaust die Nationen der Welt, unsere eingeschlossen, passiv dastehen und nichts tun und vorgeben, hilflos zu sein? (...) Es sei hier betont, dass wir jeden notwendigen Schritt tun werden, inklusive den der Gewalt, um diesem Wahnsinn und dem Blutvergießen ein Ende zu setzen.“ Im Mechanismus gerade dieses Anzeigentextes, „aus den Muslimen Juden zu machen“ (Levy und Sznajder 2001, S. 181; generell zu Bosnien S. 178-184), sehen die beiden israelischen Sozialwissenschaftler Daniel Levy und Natan Sznajder ihrer internationale Aufmerksamkeit erregenden Studie Erinnerungen im globalen Zeitalter: Der Holocaust den entscheidenden Dreh- und Angelpunkt zu einer Globalisierung der Holocaust-Metapher. Zum einen wurde so der Holocaust zu einem universalen Container für Erinnerungen an unterschiedliche Opfer, zum anderen trug die Übertragung des Holocaust auf den Konflikt in Bosnien entscheidend zu dessen Entpolitisierung bei. Um eine Entpolitisierung handelte es sich insofern, als die abstrakte Zeitlosigkeit und die gleichermaßen abstrakte Ubiquität dieser Metapher davor zu schützen, sich mit den sehr konkreten politischen Konfliktmustern des bosnischen Bürgerkriegs auseinanderzusetzen. Und wie beim Bürgerkrieg in Biafra, so gab es im Bosnienkrieg einen inhaltlichen und zeitlichen Gleichklang zwischen PR-Agentur und NGO, und zwar den zwischen der PR-Agentur Ruder Finn und der Gesellschaft für bedrohte Völker (GfbV). Hatte der GfbV-Vorsitzende Tilman Zülch schon im Biafrakrieg klar formuliert, dass sich die Biafraner „in einer ähnlichen Situation befinden wir Polen und Juden 1944 im Warschauer Ghetto“ (Zülch, 1968, S. 15), so eröffnete er 1993 sein Buch über den Bosnienkrieg mit folgendem Satz: „Hunderttausende Europäer, bosnische Muslime, laufen wie die Juden in den 30er Jahren um ihr Leben“ (Zülch 1993, S. 9) Vor diesem argumentativen Hintergrund veranstaltete die GfbV am 14. November 1993 eine Kundgebung Rettet Bosnien am Glockenturm des ehemaligen KZ Buchwald mit rund 2.500 Teilnehmern aus Bosnien, die sie mit Bussen aus dem Balkan nach Deutschland gebracht hatte. Auf dieser Großdemonstration sprachen mehrere Redner davon, dass „Bosnien-Herzogowina in ein Konzentrationslager verwandelt worden“ sei, sie verweisen auf den schlimmsten Massenmord seit den vierziger Jahren“ oder verwahrten sich mit Blick auf den gegenwärtigen Balkan gegen ein „nationalsozialistische(s) Prinzip der Schaffung rassenreiner Territorien“ (zit. nach Elias 1993) Freilich hatte die GfbV damals antifaschistische Erinnerungsarbeit missbraucht. Die

Gedenkstätte Buchenwald fühlte sich von der GfbV falsch informiert, verwehrte sich auf das Schärfste gegen eine politische Instrumentalisierung und argumentierte zu Recht, man sei keine wohlfeile Plattform allein wegen der dann deutlich gesteigerten Aufmerksamkeit. Doch diese äußerst pressewirksame Gleichsetzung der Morde in Bosnien mit faschistischen deutschen KZs sollt öffentliche Folgen haben. So übernahm der prominente linksliberale Publizist Freimut Duve, damals OSZE-Beauftragter für die Freiheit der Medien, den Srebrenica-Auschwitz-Vergleich, als er zwei Jahre später unter expliziter Bezugnahme auf die Eisenbahnrampe in Auschwitz, von der aus die ankommenden Gefangenen in das KZ getrieben wurden, auf der ersten Seite der Zeit titelte: An der Rampe von Srebrenica (vgl. Duve 1995, S. 1) 2002 hieß es sodann im Klappentext des wichtigsten deutschen Buches über das Massaker in Srebrenica: „In Srebrenica wurde der schlimmste Massenmord in Europa seit 1945 verübt“ (Bogoeva und Fetscher 2002, Klappentext). Und weitere drei Jahre später hatte sich genau dieser Vergleich in Westeuropa endgültig zementiert. So untermalte im niederländischen Wahlkampf um den EU-Verfassungsvertrag 2005 die konservative Volkspartei VVD ihren (geplanten, aber nicht gesendeten) TV-Wahlspot Die Gefahr liegt auf der Lauer mit Bildern aus Auschwitz und Srebrenica, um offensichtlich zu sagen, dass ein Europa ohne Verfassung zum Holocaust zurückkehren würde (vgl. Kazmiercak 2005). Mit diesen Zitaten, die ein Gemisch aus einerseits PR- und Pressemanipulationen und andererseits Desinformationskampagnen von NGOs hinsichtlich der ex-jugoslawischen Kriege zwischen 1992 und 2002 verdeutlichten, schließt sich ein argumentativer Kreis. Historisch gewachsene antiserbische Vorurteile sind nach wie vor virulent, und PR-Agenturen setzen diese Vorurteile systematisch und bewusst in einer manipulierten öffentlichen Kriegsmanipulation ein. Gerade einem deutschen Wissenschaftler muss dieser Sachverhalt aus einem doppelten Grunde besonders übel aufstoßen: 1. Es ist schon besonders perfide, gerade das Balkanvolk, das am meisten unter den Nazis gelitten hat, heutzutage mit den Nazis gleichzusetzen. 2. Auch wenn man an der Einmaligkeits- und Unvergleichbarkeitsthese des deutschen Holocaust an den Juden Zweifel haben kann, da der Holocaust ansonsten sakralisiert würde, ist die Gleichsetzung des deutschen Holocaust mit jüngsten serbischen Verbrechen (wie der Ermordung von rund 8.000 bosnischen Männern im Sommer 1995 in Srebrenica) in qualitativer und quantitativer Hinsicht völlig abwegig absurd. Aus dem Buch: Medien im Krieg – Krieg in den Medien, von Prof. Dr. Jörg Becker entnommen: Nach dem immer noch gültigen deutschen Rundfunkfriedens Pakt von 1936 steht Rundfunk generell in der Pflicht, eine wahrheitsgemäße und eine auf Frieden und Völkerverständigung gerichtete Informationsverbreitung zu fördern und zu gewährleisten. Ein Rechtsgrundsatz in der **UNESCO Mediendeklaration** steht im Artikel 1 geschrieben: **Die Stärkung des Friedens und der internationalen Verständigung, die Förderung der Menschenrechte und die Bekämpfung von Rassismus, Apartheid und Kriegshetze** erfordern einen freien Austausch und eine umfassende und ausgewogene Verbreitung von Information. Hierzu haben die Massenmedien einen wichtigen Beitrag zu leisten. Dieser Beitrag ist umso wirksamer, je mehr Information die verschiedenen Aspekte des behandelten Gegenstands widergeben. —————

Geradezu vorbildlich heißt es im Gesetz über den Westdeutschen Rundfunk von 1954: **Der Westdeutsche Rundfunk soll die internationale Verständigung fördern, zum Frieden**

und zur sozialen Gerechtigkeit mahnen, die demokratischen Freiheiten verteidigen und nur der Wahrheit verpflichtet sein.

Als erste Erkenntnis bleibt also festzuhalten: Es gibt nicht nur eine passiv zu duldende Friedenspflicht der Massenmedien, sondern eine politisch aktivierende Pflicht. Die Massenmedien sollen von sich aus aktiv für den Frieden eintreten. Beim Thema Frieden, Völkerverständigung, soziale Gerechtigkeit und demokratische Freiheiten soll der Journalismus also nicht nur abbilden, was in der Wirklichkeit zu sehen ist, analog zur Spiegelwelt Theorie, er soll vielmehr mahnen, das heißt aus der Wirklichkeit aussuchen und gestalten, Vorbilder geben, zu Veränderung aufrufen, analog zur Vergrößerungsglas-Theorie. Friedensjournalismus – um ein Konzept von Johan Galtung aufzugreifen – ist eigentlich nichts Neues, entspricht vielmehr und seit Langem dem juristischen und ethischen Selbstverständnis von Journalismus und Massenmedien. Warum hört oder liest man niemals eine Rechtfertigung bzw. Entschuldigung, für die oftmalige durchgeführte ungeprüfte Verbreitung von Lügen von Politikern & Geheimdiensten durch die Medien? Da diese annehmen, dadurch an Glaubwürdigkeit zu verlieren? Aus dieser Quelle zur weiteren Verbreitung entnommen: Aus dem Buch von Prof. Dr. Jörg Becker: Krieg in den Medien, Medien im Krieg: Hinsichtlich des 2. Irakkrieges lassen sich mindestens zehn Lügen der US-amerikanischen und britischen Regierung ausmachen, die von den Medien verbreitet wurden. Die Al-Qaida-Lüge – Eine unterstellte Kooperation Saddam Hussein mit Al Qaida Die Niger-Lüge – Angeblicher Uranankauf aus dem Niger durch den Irak Die 45-Minuten-Lüge – Angebliche Einsatzbereitschaft irakischer Massenvernichtungswaffen innerhalb von 45 Minuten Die Massenvernichtungswaffen-Lüge – Angebliche Massenvernichtungswaffen im Irak Die Biowaffen-Lüge – Angeblich Biowaffen im Irak Die Reichweiten-Lüge – Unterstellung, der Irak habe trotz erfolgter Demontage seiner Samud-Raketen mit einer Reichweite von 200 Kilometern weitere Raketen dieser Art. Die Streubomben-Lüge – Es fand ein viel größerer Kriegseinsatz dieser Bomben durch die USA, als vorher angekündigt statt. Die Jessica-Lynch-Lüge – Vom US-Militär manipulierte Befreiungsaktion einer US-Soldatin aus einem irakischen Krankenhaus Die Bunker-Lüge – Fehlinformationen über die erfolgreiche Bombardierung eines Bunkers, in dem sich angeblich Saddam Hussein aufgehalten hatte Die Statuen-Lüge – Das Stürzen der Hussein-Statue in Bagdad geschah durch das US-Militär, nicht durch die irakische Bevölkerung. —————

Aus dieser Quelle zur weiteren Verbreitung entnommen:
<https://propagandaschau.wordpress.com/2017/01/17/prof-dr-joergbecker-krieg-der-medien-medien-im-krieg/> Prof. Dr. Jörg Becker: Krieg der Medien – Medien im Krieg 17 Dienstag Jan 2017 Krieg der Medien – Medien im Krieg Vortrag auf dem bundesweiten Friedensratschlag Jedes Jahr im Dezember treffen sich Aktivisten, Wissenschaftler und friedenspolitisch Engagierte und zu einem bundesweiten Friedensratschlag in Kassel. Weltnetz.tv war dabei und hat einige Veranstaltungen und workshops mit interessanten Referenten aufgezeichnet.

Jörg Becker ist Hochschullehrer und referiert zum Thema Feindbilder, Kriegseintrittslügen, verschwiegene Inhalte und verschwiegene Kriege, ökonomische Mechanismen und die Macht der Presseagenturen, Feindtheorien und Feindstrafrecht, Globalisierung des Holocaust (Der

Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4
Auschwitz-Vergleich), Delegitimationsstrategie. Er spricht über Kriegerische
Aufmerksamkeitsstrategie und selektive Wahrnehmung und zeigt den Markt als Motor für
Mediengewalt auf. Weitere Schlaglichter sind: Homogenisierung der weltweiten
Presseberichterstattung, Propagandakriegsspiralen, Medienrevolutionen, East stratcom Team
der EU-Kommission (EU Propaganda gegen Osteuropa ua gegen Russia today) und
Rundfunkpolitik. Weltnetz.tv→

Buchtipps zum Thema Medien, alle empfehlenswert:

Meinungsmacht, der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten- eine
kritische Netzwerkanalyse, Dr. Uwe Krüger, Medienwissenschaftler Mainstream, **Warum wir
den Medien nicht mehr trauen können**. Dr. Uwe Krüger, Medienwissenschaftler

Wenn Medien lügen, ein Blick hinter die Kulissen von manipulierten Medien und gekauften
Journalisten, Autor und Journalist Heiko Haupt (SEHR EMPFEHLENSWERT)

Lückenpresse, Das Ende des Journalismus, wie wir ihn kannten. Ulrich Teusch,
Politikwissenschaftler

Gekaufte Journalisten, wie Politiker, Geheimdienste und Hochfinanz Deutschlands
Massenmedien lenken, Dr. Udo Ulfkotte, Journalist

Rettet die Medien, wie wir die vierte Gewalt gegen den Kapitalismus verteidigen, Juila
Cage

Am besten nichts Neues: Medien, Macht und Meinungsmache, Tom Schimmeck

Die Kriegsverkäufer, Geschichte der US-Propaganda von 1917 bis 2005 u. v. m. Andreas
Elter, suhrkamp Verlag.

Medien im Krieg, Krieg in den Medien, Prof. Dr. Jörg Becker.

Illegale Kriege, Wie die Nato Länder die UNO sabotieren, eine Chronik von Kuba bis
Syrien, Dr. Daniele Ganser

Der schmutzige Krieg gegen Syrien, Dr. Tim Anderson _____

WICHTIGE Artikel zum besseren Verständnis unserer Welt: „Zauberformel: Öl- statt Gold –
gedeckte Weltwährung – Staatsverschuldung, US-Kriege und Dollar-Imperialismus“ Prof. Dr.
Mohssen Massarrat

„Chaos und Hegemonie – Wie der US-Dollar-Imperialismus die Welt dominiert“ Prof. Dr.
Mohssen Massarrat [http://www.aktivist4you.at/wordpress/2016/05/19/hindergrundwissen-
chaos-und-hegemonie-wieder-us-dollar-imperialismus-die-welt-dominiert-und-die-
unedliche-umschuldung-und-derdollardruck-die-finanzielle-freifahrt-der-usa-begrunden-
auf-kosten-de/](http://www.aktivist4you.at/wordpress/2016/05/19/hindergrundwissen-chaos-und-hegemonie-wieder-us-dollar-imperialismus-die-welt-dominiert-und-die-unedliche-umschuldung-und-derdollardruck-die-finanzielle-freifahrt-der-usa-begrunden-auf-kosten-de/) _____

Man kann es auch so betrachten:

Wir leben/befinden uns in einem „**Informations-Propagandakrieg**“ mit vielen Akteuren aus Geheimdiensten, Militärs und Regierungen (und internationalen Konzernen) in Zusammenarbeit mit PR-Agenturen und den von Konzernen, Wirtschaft, Regierungen finanziell abhängigen interessensgesteuerten Mainstreammedien die einen interessensgesteuerten einheitlichen Mainstream erzeugen. Nur ein Beispiel: Derzeit haben die CIA und der britische GCHQ die Aufgabe in den sozialen Medien alle Corona-GenTech-Impfkritiker zu beseitigen und zu diskreditieren. (sic) Lese: New York Times! Sie arbeiten mit YouTube und Google zusammen und betreiben ZENSUR entgegen den Gesundheitsinteressen der Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4 Menschen! Geheimdienste betreiben also heutzutage Impfpropaganda zu Gunsten der BIG PHARMA, die haftungsbefreit Gen-Tech-Menschenversuche durchführt und entgegen dem EU-Vorsorgeprinzip in kürzester Zeit (wenige Monate) einen Coronaimpfstoff auf den Markt schmeißt. Normalerweise benötigt eine sichere Impfstoffentwicklung zwischen 8-15 Jahre! Und ja, allein **das Pentagon** beschäftigt über **27.000 PR-Spezialisten (PR-Manager, Spin-Doktoren, ...** <https://www.tagesanzeiger.ch/ausland/amerika/27-000-prberater-polieren-image-derusa/story/20404513>) und statet die alljährlich seit dem Beginn des Irak Krieges mit 5 Milliarden Dollar aus, um die drei größten Nachrichtenagenturen sowie den Mainstreammedien zu manipulieren und auf transatlantischen gerechten Kurs zu bringen. Darüber gibt es Zeitungsartikeln, Medienanalysen und in der Sozialwissenschaft Forschung darüber.

Die Schweizer Medienplattform, die von Medienwissenschaftlern und Journalisten betrieben wird, klärt sehr gut geopolitisch und über Medien kritisch auf. Sie sollten sich zumindest den einen Artikel: Der Propaganda-Multiplikator: Wie globale Nachrichtenagenturen und westliche Medien über Geopolitik berichten durchlesen, um ein wenig fernab vom Mainstream informiert zu sein, was abgeht. <https://swprs.org/der-propaganda-multiplikator/> Aber dort gibt es noch zahlreiche weitere wertvolle Informationen. Auch sachliche wissenschaftliche über Corona! Ich habe über zehn aktuelle Fachbüchern von Medieninsidern (Medienwissenschaftlern, langjährigen Journalisten) gelesen und kann Ihnen umfangreich über die vorherrschenden Missstände in den Mainstreammedien Auskunft geben. Vielen Mitmenschen fehlt heutzutage Medienkompetenz. Und viele unserer Mitmenschen leiden unter gewaltigen Informationsdefiziten. Die sehen die Welt dann ganz anders als sie tatsächlich ist. Also: Was ist Ihr Informationsstand über die geopolitische und uns umgebende Welt und wie viel Medienkompetenz bringen Sie mit? Wo sollte ich anfangen Sie mit wichtigen sachdienlichen Informationen aufzubauen? Um Sie auf Stand zu bringen. Und: Natürlich haben auch die anderen Geheimdienste PR-Kommunikations-Agenten (Geheimdienst- & PR-Manger-Trolle) am Laufen. Die **Brigade 77** mit ca. 1.440 Spezialisten. Auch von den 7.000 BND Mitarbeiter beschäftigen sich viele damit. Die Franzosen, die Israelis, die Russen, selbst die EU-Kommission (betreibt 2 x wöchentlich Anti-Russen-Propaganda und brieft damit die Mainstreammedien) und zahlreiche weitere finanzstarke Akteure. Viele Fake News stammen von diesen Akteuren.

Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4

Darüber wird in den Mainstreammedien aber nicht berichtet aber vieles von diesen Akteuren (homogenisiert) verbreitet. (Ja, es gibt eigene Medienhomogenisierer, Journalisten die damit beauftragt sind bei kriegerischen Konflikten z. B. Ukraine, eine Mainstreammedienhomogenisierung zu betreiben. Ich kenne ca. zwölf Journalisten persönlich und habe schon sehr viele und sehr lange Gespräche mit ihnen geführt. Einer davon hat mir offen darüber berichtet, wie ER von zwei amerikanischen Organisationen bezahlt wurde, um in der Ukraine dies (Medienhomogenisierung) zu machen. Er hat mir auch erzählt, wie er es anstellte. Ohne Scheiß. Daraufhin habe ich zwei meiner Journalistenfreunde damit konfrontiert und nachgefragt ob Ihnen das bekannt sei: Die beiden Antworten waren: Ja kenne ich (von einem ORF-nahen Journalisten, Regisseur und prämierten Filmemacher und der zweite nannte mir gleich die beiden US-Organisationen beim Namen. O.K?) Also unter Medieninsidern ist bekannt, es findet Mainstreammedienhomogenisierung statt. Das sagte auch der EX-Pressesprecher der Nato. Dr. Jamie Shea: Den Krieg zu verkaufen (mittels Medienkampagnen), darauf kommt es an!" Jamie Shea. Glauben Sie nicht? Dann siehe hier O-Ton bei klar sehen:

https://www.youtube.com/watch?v=Llcu1rzsAhs&t=4s&ab_channel=klarsehen Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4 Damit Ihnen klar ist, in welchem Kontext wir uns befinden. Diese Akteure (oben genannt) sind aber sehr AKTIV und haben sehr viel Steuergeld oder Konzerngeld zur Verfügung. Oder kennen Sie die Tätigkeiten der **50-Cent Agenten der Chinesen**? Die schätzt man auf 500.000-2.000.000 Millionen PR-Kommunikations-Trolle und spielen zum Beispiel beim Thema Corona gehörig mit! Damit kommen wir zur Einschätzung des Wahrheitsgehaltes ihrer bisher kognitiv aufgenommenen Informationen. Konnten/können Sie erkennen und unterscheiden ob eine Information von oben genannten Akteuren manipuliert wurde? Wenn nicht, dann gehören Sie nicht zum Kreis der kritischen Hinterfrager und Denker. Bewusstheit ist wichtig. Aber auch Fakten u. Informiertheit. Um Ihnen da ein wenig auf die Sprünge zu helfen, empfehle ich zu anfangs die zwei Fachbücher des Kognitionsforschers und Psychologen Prof. Dr. Rainer Mausfeld mit dem Titel: „Warum schweigen die Lämmer“ dazu gibt es auch einen sehr empfehlenswerten Vortrag: https://www.youtube.com/watch?v=-kLzmatet8w&t=6s&ab_channel=DAIHeidelberg sowie sein Buch: Angst und Macht. Aber auch den Vortrag von Dr. Daniele Ganser über Medienkompetenz: https://www.youtube.com/watch?v=wkFKlf8Ksho&t=4s&ab_channel=DanieleGanser

Natürlich sollte man auch die Inhalte von Edward Barneys Propaganda kennen sowie das Werk Der Fürst von Niccolò Machiavelli gelesen haben, um zumindest ein Grundverständnis darüber zu haben. Nur kurz zwischendurch noch mal zur Info. Alles was ich mache, mache ich transparent, also öffentlich am Blog aktivist4you.at einsehbar. Dort können Sie die Links einfach anklicken und müssen Sie nicht eintippen. O.K. -----

Die Medienplattform Swiss Policy Research gibt auch alljährlich den Medien-Navigator heraus um sich ein Bild über die Blattlinie bzw. Ausrichtung der Mainstreammedien machen zu können. -

Der Medien-Navigator



Das American Empire und seine Medien

Publiziert: Juli 2017; Aktualisiert Dezember 2020

Sprachen: CN, DE, EN, ES, FR, IT, JP, KO, NL, PL, RU, TR

Top-Journalisten und Führungskräfte nahezu aller bekannten US-Medien sind in das Netzwerk des einflussreichen **Council on Foreign Relations (CFR)** eingebunden. Im Folgenden wird dieses Netzwerk erstmals grafisch dargestellt.

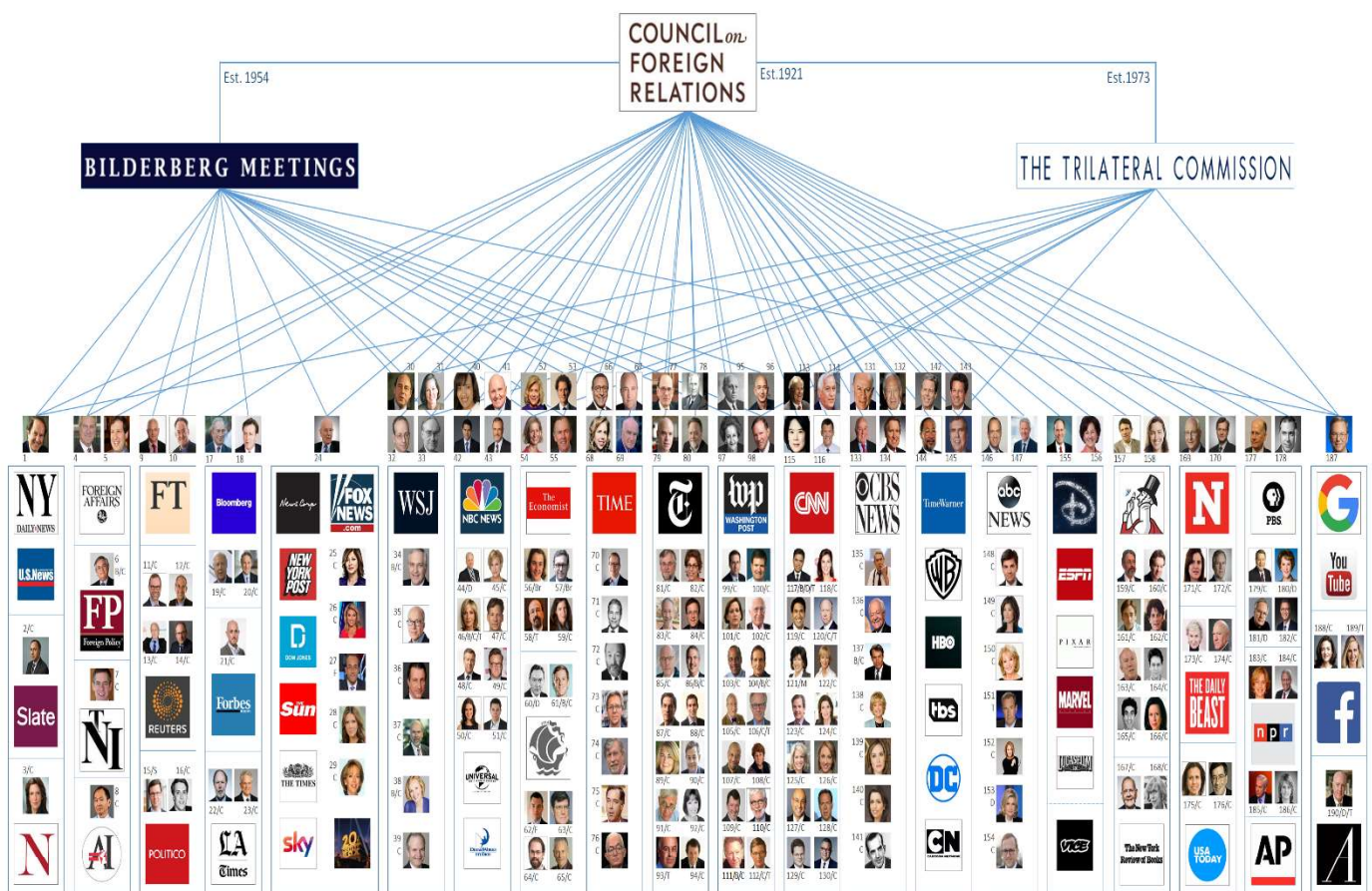
Gegründet 1921 als eine private, überparteiliche Organisation zur »Erweckung Amerikas für seine weltweiten Pflichten«, prägen der CFR und seine knapp 5000 renommierten Mitglieder seit Jahrzehnten die US-Außenpolitik und deren mediale Darstellung. Wie ein bekanntes Council-

Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4

Mitglied **erklärte**, schufen sie aus der amerikanischen Republik ein globales Imperium, indes eines der »benevolenten« Art.

Die folgende Abbildung zeigt – basierend auf den offiziellen Mitgliederlisten – erstmals das umfangreiche Mediennetzwerk des CFR und seiner zwei wichtigsten internationalen Partner-Organisationen: der **Bilderberg-Gruppe** sowie der **Trilateralen Kommission**. Beide wurden von Direktoren des Councils gegründet, um die Kooperation zwischen Eliten auf der internationalen Ebene zu fördern.

The American Empire and its Media



Journalists and media executives: New York Daily News and U.S. News & World Report: 1. Mortimer B. Zuckerman, publisher | Slate: 2. Jacob Weisberg, group editor | The Nation: 3. Katrina Vanderhuel, publisher | Foreign Affairs: 4. James F. Hoge, former editor; 5. Gideon Rose, editor | Foreign Policy: 6. Moises Naim, editor | The National Interest: 7. Jacob Heilbrunn, editor | The American Interest: 8. Francis Fukuyama, executive chairman | Financial Times: 9. Martin Wolf, associate editor & chief economics commentator | 10. Gideon Rachman, chief foreign affairs commentator | Reuters: 11. Stephen J. Adler, president & EIC | 12. Tom Cluses, former CEO | 13. Harold M. Evans, editor-at-large | 14. David Schlesinger, former EIC | Politico: 15. Robert Altman, publisher | 16. Garrett Graf, former editor | Bloomberg: 17. Michael Bloomberg, owner & CEO | 18. John McMillan, EIC of Bloomberg News, former EIC of The Economist | 19. Matthew Winkler, former EIC of Bloomberg News | 20. Daniel Doherty, former CEO | Forbes: 21. Randall Lane, editor | Los Angeles Times: 22. Doyle McManus, Washington bureau chief | 23. Shelby Coffey, former editor and EVP | News Corp: 24. Rupert Murdoch, executive chairman | Fox News: 25. Maria Bartiromo, news anchor | 26. Heather Nauert, former news host | 27. Don Senior, commentator | 28. Tish Regan, television host | 29. Linda Veller, former news host | Wall Street Journal (News Corp): 30. Peter Kain, former publisher | 31. Karen Elliott House, former managing editor | 32. L. Gordon Crockett, former publisher | 33. Robert Barley, former editor | 34. Paul A. Gogol, editorial page editor | 35. Alan Murray, deputy managing editor | 36. Daniel Henninger, deputy editorial page director | 37. Gerald Seib, Washington bureau chief | 38. Peggy Noonan, columnist | 39. Paul Steiger, former managing editor (1991-2007) | NBC: 40. Pamela Thomas Graham, former CEO of CNBC | 41. Jack Welch, former CEO of General Electric (former owner of NBCUniversal) | 42. Cesar Conde, chairman of NBCUniversal International Group | 43. Steve Capus, former president of NBC News | 44. Tom Brokaw, news anchor | 45. Mika Brzezinski, MSNBC news host | 46. Andrea Mitchell, chief foreign affairs correspondent | 47. Richard Engel, chief foreign correspondent | 48. Brian Williams, NBC chief anchor | 49. Joe Scarborough, news host | 50. Blaine Eschbacher, news anchor | 51. Ayman Mohyeldin, reporter | The Economist: 52. Lynn Forester de Rothschild, co-owner and board member | 53. John Elkann (Agnelli family), co-owner and board member | 54. Zanny Minton Beddoes, EIC | 55. Rupert Pennant-Rea, chairman of The Economist Group | 56. Vendeline von Bredow, business correspondent | 57. Adrian Wooldridge, foreign correspondent | 58. Bill Emmott, former EIC | 59. Megan McArdle, journalist | The New Republic: 60. Walter Lippmann, co-founder | 61. Chris Hughes, former publisher | 62. Peter Benard, former editor | 63. Morton Kondracke, former executive editor | 64. J. Peter Scobille, former executive editor | 65. Ronald Steel, journalist & professor | Time: 66. Norman Pearlstine, chief content officer of Time Inc. | 67. Michael Duffy, deputy managing editor | 68. Nancy Gibbs, managing editor | 69. Henry Luce, founding publisher | 70. John Huey, former EIC | 71. Richard Stengel, former managing editor | 72. Joe Klein, columnist | 73. Ian Bremmer, foreign affairs columnist & editor-at-large | 74. James Gurnea, managing editor (1993-95) | 75. Jess McManus, managing editor (1995-97) | 76. Henry Grunwald, managing editor (1969-77) | The New York Times: 77. Arthur Ochs Sulzberger, former publisher (1963-93) | 78. Arthur Hays Sulzberger, former publisher (1935-61) | 79. Joseph Kahn, managing editor | 80. Andrew Rosenthal, former editorial page editor | 81. Serge Schmemmann, international affairs editor | 82. Susan China, former deputy executive editor | 83. David C. Ungar, former foreign affairs editor | 84. David Sanger, Washington correspondent | 85. Thomas Shinker, assistant Washington editor and former Pentagon correspondent | 86. Thomas Friedman, foreign affairs columnist | 87. Ethan Bronner, former deputy foreign editor | 88. Andrew Ross Sorkin, financial columnist | 89. Carol Giacomo, foreign affairs editor | 90. Michael Gordon, chief military correspondent | 91. Robert B. Sempale, associate editorial page editor | 92. Judith Miller, Washington bureau reporter | 93. David Brooks, op-ed columnist | 94. Nicholas Kristof, op-ed columnist and former associate managing editor | The Washington Post: 95. Eugene Meyer, former publisher (1933-46) | 96. Jeff Bezos, owner (since 2013) | 97. Katharine Graham, former publisher (1969-79) | 98. Donald E. Graham, former publisher & chairman (1979-2013) | 99. Fred Hiatt, editorial page editor | 100. Glenn Kessler, diplomatic correspondent and fact checker | 101. Anne Applebaum, former editorial board member | 102. Walter Pincus, national security journalist | 103. Jackson Diehl, deputy editorial page editor | 104. Charles Krauthammer, columnist | 105. Robert Kaiser, former managing editor and senior correspondent | 106. David Ignatius, associate editor | 107. Eugene Robinson, columnist and chair of Pulitzer Prize Board | 108. Karen DeYoung, associate editor | 109. Marc Thessen, columnist | 110. Richard M. Cohen, columnist | 111. Jim Hoagland, associate editor and foreign affairs editor | 112. George F. Will, columnist | CNN (Time Warner): 113. W. Thomas Johnson, former president | 114. Walter Isaacson, former CEO | 115. Elana Lee, SVP of CNN International and managing editor Asia-Pacific | 116. Mark Whitaker, former EVP and managing editor of CNN Worldwide | 117. Fareed Zakaria, foreign affairs show host | 118. Erin Burnett, news anchor | 119. Sarajay Gupta, chief medical correspondent | 120. David Gergen, senior political analyst | 121. Christiane Amanpour, chief international correspondent | 122. Judy Woodruff, news anchor | 123. Peter Bergen, national security analyst | 124. Kitty Phipps, former news anchor and correspondent | 125. Paula Zahn, former news anchor | 126. Elise Labott, global affairs correspondent | 127. Ali Velshi, former chief business correspondent | 128. Jake Tapper, chief Washington correspondent | 129. Sam Farber, SVP and Washington bureau chief | 130. Jeffrey Toobin, legal analyst | CBS News: 131. Laurence A. Tisch, former CEO of CBS | 132. William Paley, founder of CBS | 133. Joseph Califano Jr., CBS director | 134. William Cohen, CBS director and former Secretary of Defense | 135. Dan Rather, former news anchor | 136. Bob Schieffer, news anchor and chief Washington correspondent | 137. Charlie Rose, talk show host | 138. Lesley Stahl, news reporter | 139. Margaret Brennan, White House & senior foreign affairs correspondent | 140. Reena Nair, news anchor | 141. Edward R. Murrow, former broadcast journalist | 142. Jeffrey Bewkes, chairman & CEO | 143. Gary Ginsberg, communications chief | 144. Richard Parsons, former chairman & CEO | 145. Gerald Levin, former chairman & CEO | ABC News (Disney): 146. Ben Sherwood, president | 147. David Westin, former president | 148. George Stephanopoulos, chief anchor & chief political correspondent | 149. Jui Chang, news anchor | 150. Barbara Walters, news anchor and show host | 151. Peter Jennings, news anchor | 152. Kate Couric, news anchor | 153. Diane Sawyer, news anchor | 154. Jonathan Karl, chief White House correspondent | Disney: 155. Michael Eisner, former chairman & CEO | 156. Monica Lozano, director | The New Yorker: 157. David Remnick, EIC | 158. Amy Davidson, senior editor international affairs | 159. Hendrik Hertzberg, principal political commentator | 160. Lawrence Wright, staff writer | 161. Evan Osnos, foreign affairs writer | 162. Jane Kramer, European correspondent | 163. Mark Danner, foreign affairs correspondent | 164. Nick Paumgarten, staff writer | 165. Matthias Schwartz, staff writer | 166. Robin Wright, contributor | The New York Review of Books: 167. Robert Silvers, founding editor | 168. Barbara Epstein, founding editor | Newsweek: 169. Richard M. Smith, former CEO & EIC | 170. Jon Meacham, former EIC | 171. Janine Di Giovanni, Middle East editor | 172. Evan Thomas, former Washington bureau chief | The Daily Beast: 173. Tina Brown, founding editor | 174. Barry Oller, chairman of IAC (owner of Daily Beast) | USA Today: 175. Joanne Lipman, EIC & chief content officer | 176. David Anderson, international affairs columnist | PBS: 177. Donald A. Baer, chairman | 178. Hartford N. Gunn, founder | 179. Jim Lehrer, former news anchor | 180. Margaret Warner, senior correspondent | 181. Bill Moyers, former news anchor | 182. Jonathan Barzilai, COO | NPR: 183. Vivian Schiller, former CEO | 184. Gary Kroll, former president | 185. Tom Gjelten, correspondent | 186. Dina Temple-Raston, national security correspondent | 187. Eric Schmitt, executive chairman | Facebook: 188. Sheryl Sandberg, COO and director | 189. Marie Perle, VP of global public policy | The Atlantic: 190. David G. Bradley, chairman of Atlantic Media | Based on official participant lists and membership rosters, non-exhaustive; no liability assumed.

Abbreviations: B: Bilderberg meeting participant; Br: Bilderberg meeting reporter; C: CFR member (incl. term members and former members); D: CFR director; EIC: editor-in-chief; F: CFR fellow; M: married to CFR member; S: son of CFR member; T: Trilateral Commission member (incl. former members).

V1.0 © 2017 Swiss Propaganda Research

Richard Harwood, der ehemalige leitende Redakteur und Ombudsmann der *Washington Post*, **schrieb** über den *Council on Foreign Relations* anerkennend, dass seine Mitglieder »am ehesten dem entsprechen, was man das herrschende Establishment der Vereinigten Staaten nennen könnte.«

Harwood fuhr fort: »Die Mitgliedschaft dieser Journalisten im Council, was auch immer sie von sich selbst denken mögen, ist eine Bestätigung ihrer aktiven und wichtigen Rolle in öffentlichen Angelegenheiten und ihres Aufstiegs in die herrschende Klasse Amerikas. Sie analysieren und interpretieren die Außenpolitik der USA nicht nur; sie helfen sie zu machen. () Sie sind ein Teil des Establishments, ob sie es wollen oder nicht, und sie teilen die meisten seiner Werte und Ansichten.«

Medienforscher Noam Chomsky erklärte diesen Aspekt in einem **Aufsatz von 1997**: »Der entscheidende Punkt ist: Diese Journalisten wären nicht dort, wenn sie nicht schon lange bewiesen hätten, dass ihnen niemand sagen muss, was sie zu schreiben haben – da sie ohnehin das „Richtige“ schreiben werden. () Mit anderen Worten: Diese Journalisten durchliefen einen Sozialisierungsprozess.«

Allerdings machen Medienpersönlichkeiten nur rund fünf Prozent des umfangreichen CFR-Netzwerkes aus. Wie die folgende Abbildung zeigt, zählten und zählen zu den Mitgliedern des privaten Council on Foreign Relations unter anderem:

- mehrere US-Präsidenten und Vize-Präsidenten beider Parteien;
- nahezu alle Außen-, Verteidigungs- und Finanzminister;
- die meisten Generalstabschefs und Kommandeure des US-Militärs und der NATO;
- einige der einflussreichsten Kongressabgeordneten (insb. Außen- und Sicherheitspolitiker);
- nahezu alle Nationalen Sicherheitsberater, CIA-Direktoren, UNO-Botschafter, Vorsitzende der Zentralbank (Fed), Weltbank-Präsidenten, sowie Direktoren des Nationalen Wirtschaftsrates;
- zahlreiche prominente Akademiker, insbesondere in Politikwissenschaft und Ökonomie;
- zahlreiche Direktoren von Banken, Denkfabriken, Universitäten, NGOs, und Hollywood;
- sowie die Schlüsselmitglieder der 9/11-Kommission und der Warren-Kommission (JFK)

Bereits der Harvard-Ökonom und Kennedy-Unterstützer John Galbraith **konstatierte**: »Diejenigen von uns, die in der Wahlkampagne von Kennedy mitwirkten, wurden in der Regierung toleriert und durften mitreden, aber die Außenpolitik war dennoch in der Hand der Leute vom *Council on Foreign Relations*.«

Und John J. McCloy, der ehemalige Vorsitzende des CFR, Hochkommissar für Deutschland, Mitgründer der Atlantik-Brücke, Weltbankpräsident und Berater mehrerer US-Präsidenten, **erklärte** rückblickend: »Wann immer wir in Washington einen Mann brauchten, blätterten wir einfach die Mitgliederliste des Councils durch und tätigten einen Telefonanruf nach New York [dem CFR-Hauptsitz].«

The Council on Foreign Relations: The Imperial Council of the United States

**COUNCIL on
FOREIGN
RELATIONS**

Est. 1921

Roman inspired CFR logo
(ubique = omnipresent)

CFR members

President & Vice President

Secretary of State

Secretary of Defense

Military

Supreme Allied Commander Europe

National Security Advisor

Members of Congress

Secretary of the Treasury

Federal Reserve Chair

CIA Director

Hollywood

Media & Journalists

Universities

Academics

Ambassador to the United Nations

President of the World Bank

Director of the National Economic Council

Business & Finance

NGOs

Think Tanks

Warren Commission

9/11 Commission

Notes: M: married to CFR member; S: son of CFR member; Chair includes term members, former members, and subsequent members (after serving in office).

V1.2 © 2017 suprrs.org

Vergrößern

Damit wird ersichtlich, weshalb das Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* den CFR einst als die »*einflussreichste private Institution Amerikas und der westlichen Welt*« und als ein »*Politbüro für den Kapitalismus*« **bezeichnete**. In diesem Sinne dürften auch das römisch inspirierte Logo des *Councils* (oben rechts in der Grafik) sowie dessen Motto zu verstehen sein: »ubique« – allgegenwärtig.

Der Politjournalist Richard H. Rovere formulierte es mit diesen Worten: »Die Direktoren des Council on Foreign Relations bilden eine Art Präsidium für jenen Teil des Establishments, der unser Schicksal als Nation in den Händen hält. ... Selten gelingt es ihnen nicht, eines ihrer Mitglieder, oder zumindest einen ihrer Verbündeten, in das Weiße Haus zu bringen. Tatsächlich gelingt es ihnen meistens, dass die Kandidaten beider Parteien aus ihrer Sicht akzeptable Männer sind.«

Bis vor kurzem traf diese Einschätzung weitgehend zu. So wurde 1993 der frühere CFR-Direktor George H.W. Bush von CFR-Mitglied Bill Clinton als US-Präsident abgelöst, auf den 2001 CFR-„Familienmitglied“ George W. Bush folgte. 2008 unterlag CFR-Mitglied John McCain dem CFR-Wunschkandidaten Barack Obama, der bereits einen Monat vor seiner Wahl die Liste mit den Namen seines künftigen Kabinetts von CFR *Senior Fellow* Michael Froman erhielt, der unter Obama die Freihandelsverträge TTIP und TPP aushandelte und danach als *Distinguished Fellow* zum CFR zurückkehrte.

Erst bei den Präsidentschaftswahlen von 2016 konnte sich der Council, offenbar, nicht durchsetzen.

Jedenfalls noch nicht.

Update 2018: Im Januar 2018, wenige Wochen bevor ihm der Internetzugang abgestellt wurde, teilte Wikileaks-Gründer Julian Assange die obige CFR-Mediengrafik auf seinem Twitter-Konto.

Update 2019: 2019 wurde bekannt, dass der verstorbene pädokriminelle Multimillionär Jeffrey Epstein bis 2009 Mitglied und Spender des Council on Foreign Relations und der Trilateralen Kommission war.

Update 2020: Nach den vier ungewöhnlichen Jahren der Trump-Präsidentschaft werden die Schlüsselpositionen im Kabinett von Präsident Joe Biden wieder fast vollständig mit CFR-Mitgliedern besetzt sein.

Referenzen

1. Council on Foreign Relations:

- Board of Directors und Mitgliederverzeichnis
- Mitgliederverzeichnisse, 1922 bis 2013 und 2016
- CFR-Mitglieder in der US-Regierung, 1900 bis 2014

2. Bilderberg-Konferenzen: Teilnehmerlisten 1954 bis 2014 und 2015-2017

3. Trilaterale Kommission: Mitgliederlisten von 1973; 1978; 1985; 1995; 2005; 2010; 2017

4. Laurence H. Shoup (2015): Wall Street's Think Tank: The Council on Foreign Relations and the Empire of Neoliberal Geopolitics, 1976-2014, Monthly Review Press (PDF)

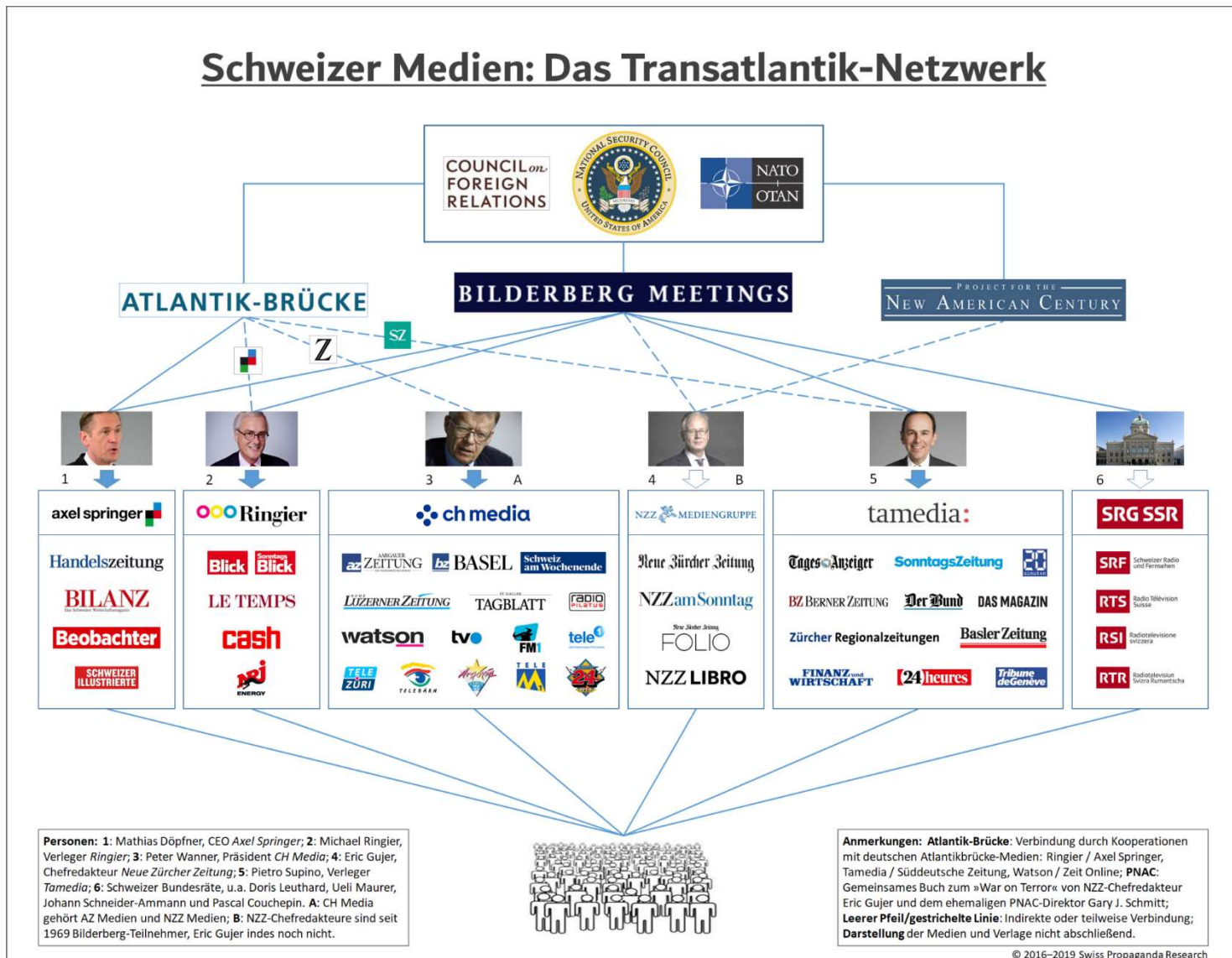
5. Wikipedia-Seiten über den CFR, die Bilderberg-Gruppe, und die Trilaterale Kommission

Weitere Beiträge

- Die Propaganda-Matrix
 - Die Logik imperialer Kriege
 - Trump, die Medien, und die Geopolitik
-

Das Transatlantik-Netzwerk

Wie sind Schweizer Medien in transatlantische Netzwerke eingebunden? Welche Personen, Organisationen und Konferenzen sind von Bedeutung? Unsere Infografik gibt Auskunft.



Vergrößern (Lizenz: CC-BY-NC-ND)

Quellen zur Infografik

1. Jahresberichte der Atlantik-Brücke von 2006 bis 2019
2. Teilnehmerlisten der Bilderberg-Konferenzen von 1954–2014, sowie von 2015–2019
3. Kooperationen von Tages-Anzeiger/Süddeutsche, Ringier/Axel Springer, Watson/ZEIT Online

4. Wikipedia-Artikel zur Bilderberg-Konferenz, der Atlantik-Brücke, dem Council on Foreign Relations, dem National Security Council und dem Project for the New American Century
5. Dr. Uwe Krüger (2013): Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse. Herbert von Halem Verlag, Köln.

Hinweis zur Interpretation

Die Infografik stellt weder ein »Organigramm« noch eine »Konspiration« dar, sondern ein öffentlich dokumentiertes, politisch-publizistisches Netzwerk. Die oberste Ebene (CFR, NSC, NATO) definiert die transatlantische Geostrategie, die von den aufgeführten Medien im Allgemeinen abgebildet wird.

Medienforscher Noam Chomsky erklärte dies in einem Aufsatz von 1997 wie folgt: »Der entscheidende Punkt ist: Diese Journalisten wären nicht dort, wenn sie nicht schon lange bewiesen hätten, dass ihnen niemand sagen muss, was sie zu schreiben haben – da sie ohnehin das “Richtige” schreiben werden. () Mit anderen Worten: Diese Journalisten durchliefen einen Sozialisierungsprozess.«

Zusätzliche Informationen

- Die Schweiz ging mit der **NATO** 1996 eine Partnerschaft ein, die sog. »Partnership for Peace«; seit 2018 wird auch der Schweizer Nachrichtendienst (NDB) von einem NATO-nahen General geführt.
- Der 10vor10-Moderator des SRF und der NZZ-Korrespondent für die EU & NATO wurden von der **American Swiss Foundation** 2010 bzw. 2013 zu »Young Leaders« ernannt.
- Die Schweizer Nachrichtenagentur **SDA** gab ihren deutschsprachigen Auslandsdienst Anfang 2020 komplett an die deutsche Agentur DPA ab, die ihrerseits mit der amerikanischen AP kooperiert.
- Tamedia-Präsident **Pietro Supino** wurde im April 2020 in den Verwaltungsrat der italienischen Gruppo Editoriale berufen, der u.a. *La Repubblica* und *La Stampa* gehören, und die ihrerseits von der Investmentgesellschaft Exor übernommen wurde, Mitbesitzerin des britischen *Economist*.

- Das Online-Magazin “Republik” und die “WOZ” sind ebenfalls transatlantisch ausgerichtet.
- Eine aktuelle Übersicht zur fortschreitenden Schweizer **Medienkonzentration** findet sich hier.

Vertiefende Analysen

- Zur Rolle der drei globalen Nachrichtenagenturen
- Zur Rolle des US Council on Foreign Relations (CFR)
- Zur Rolle des Atlantic Council of the United States
- Zur Organisation und Manipulation der Wikipedia
- Zur (geo-)politischen Positionierung der Medien

Weitere Themen

- Medienstudien zur NZZ und dem SRF
 - Medien in Deutschland und Österreich
 - Erfahrungsbericht eines Journalisten
-

Medien in Deutschland

Deutsche Medien und Journalisten sind aus historischen Gründen besonders eng in transatlantische Netzwerke eingebunden. Die folgende Infografik gibt einen Überblick über die wichtigsten Akteure und Verbindungen.

Medien in Deutschland: Das Transatlantik-Netzwerk



Vergrößern (Lizenz: CC-BY-NC-ND)

Quellen zur Infografik

1. Jahresberichte der Atlantik-Brücke von 2006 bis 2016
2. Teilnehmerlisten der Bilderberg-Konferenzen von 1954-2014 und von 2015-2017
3. Aktuelle Mitgliederliste der Trilateralen Kommission (Mitglieder 1985, 1995, 2010)
4. Der Offene Brief der Atlantik-Brücke zum Irak-Krieg von 2003
5. Wikipedia-Artikel zur Atlantik-Brücke, ihren Mitgliedern und den Young Leaders
6. Der *Vernon A. Walters Award* der Atlantik-Brücke
7. Liste von Journalisten, die an Veranstaltungen der Atlantik-Brücke teilgenommen haben
8. Dr. Uwe Krüger (2013): Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse. Herbert von Halem Verlag, Köln.

Hinweis zur Interpretation

Die Infografik stellt weder ein »Organigramm« noch eine »Konspiration« dar, sondern ein öffentlich dokumentiertes, politisch-publizistisches Netzwerk. Die oberste Ebene (CFR, NSC, NATO) definiert die transatlantische Geostrategie, die von den aufgeführten Medien im Allgemeinen abgebildet wird.

Medienforscher Noam Chomsky erklärte dies in einem Aufsatz von 1997 wie folgt: »Der entscheidende Punkt ist: Diese Journalisten wären nicht dort, wenn sie nicht schon lange bewiesen hätten, dass ihnen niemand sagen muss, was sie zu schreiben haben – da sie ohnehin das „Richtige“ schreiben werden. () Mit anderen Worten: Diese Journalisten durchliefen einen Sozialisierungsprozess.«

Zusätzliche Informationen

- Die Unternehmensgrundsätze des Axel Springer Verlags (Herausgeber u.a. von *Bild* und *Welt*) stipulieren eine “Unterstützung des transatlantischen Bündnisses” (alt) bzw. “die Solidarität in der freiheitlichen Wertegemeinschaft mit den Vereinigten Staaten von Amerika” (neu).
- Die ZDF-Kabarett-Sendung »Die Anstalt« brachte 2014 einen vielbeachteten Beitrag zur transatlantischen Vernetzung deutscher Elite-Journalisten.
- Weitere transatlantische Gremien mit Involvierung von Journalisten sind beispielsweise das Aspen Institute, die Atlantische Initiative, und der European Council on Foreign Relations.
- Die Journalismus-Zeitschrift *Message* interviewte 2007 den ehemaligen ZEIT-Chefredakteur Theo Sommer zu seinen Teilnahmen an der Bilderberg-Konferenz.
- Ein Telepolis-Artikel von 2017 thematisierte die Kontakte zwischen Atlantik-Brücke und CIA.
- Im August 2019 wurde der US-Finanzinvestor KKR zum größten Aktionär bei Axel Springer.

Aktualisierungen

- An der Bilderberg-Konferenz 2019 nahm Axel-Springer-CEO Mathias Döpfner teil

- An der Bilderberg-Konferenz 2018 nahm neben Axel-Springer-CEO Mathias Döpfner unter anderem auch Bruno Patino teil, der Chief Content Officer von Arte France TV.
- Im Jahresbericht 2018/19 der Atlantik-Brücke sind neu aufgeführt: Julia von Cube (Moderatorin WDR) und Sarah Kelly (Moderatorin Deutsche Welle).
- Im Jahresbericht 2017/18 der Atlantik-Brücke sind neu aufgeführt: Julian Reichelt (Chefredakteur der *Bild*, Nachfolger von Kai Diekmann), Juliane Schäuble (Ressortleiterin Politik beim *Tagesspiegel*, Tochter von Wolfgang Schäuble), und Sarah Tacke (Redakteurin beim ZDF).
- Im Jahresbericht 2016/17 der Atlantik-Brücke sind neu aufgeführt: Ines Pohl (Chefredakteurin des staatlichen Auslandsrundfunks *Deutsche Welle*, zuvor Chefredakteurin der Tageszeitung *taz*) sowie Martin Klingst (Politischer Korrespondent der Chefredaktion, *Die Zeit*).
- Im Februar 2018 wurde Gabor Steingart (Herausgeber *Handelsblatt*) entlassen, Thomas Ebeling (Vorstandsvorsitzender der ProSiebenSat.1 Media) musste zurücktreten.

Vertiefende Analysen

- Zur Rolle der drei globalen Nachrichtenagenturen
- Zur Rolle des US Council on Foreign Relations (CFR)
- Zur Rolle des Atlantic Council of the United States
- Zur Organisation und Manipulation der Wikipedia
- Zur (geo-)politischen Positionierung der Medien
- Zur Berichterstattung über Migration nach Europa

Zitate

- »Man muß eine Elite schaffen, die ganz auf Amerika eingestellt ist. Diese Elite darf andererseits nicht so beschaffen sein, daß sie im deutschen Volk selber kein Vertrauen mehr genießt und als bestochen gilt.« **Max Horkheimer**, Insitut für Sozialforschung (IfS): Memorandum on the elimination of German chauvinism. Vorstudie für das US State

Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4
Department, 1942. (Zitiert in Albrecht et al.: Die intellektuelle Gründung der Bundesrepublik. Campus, 2007, S. 121)

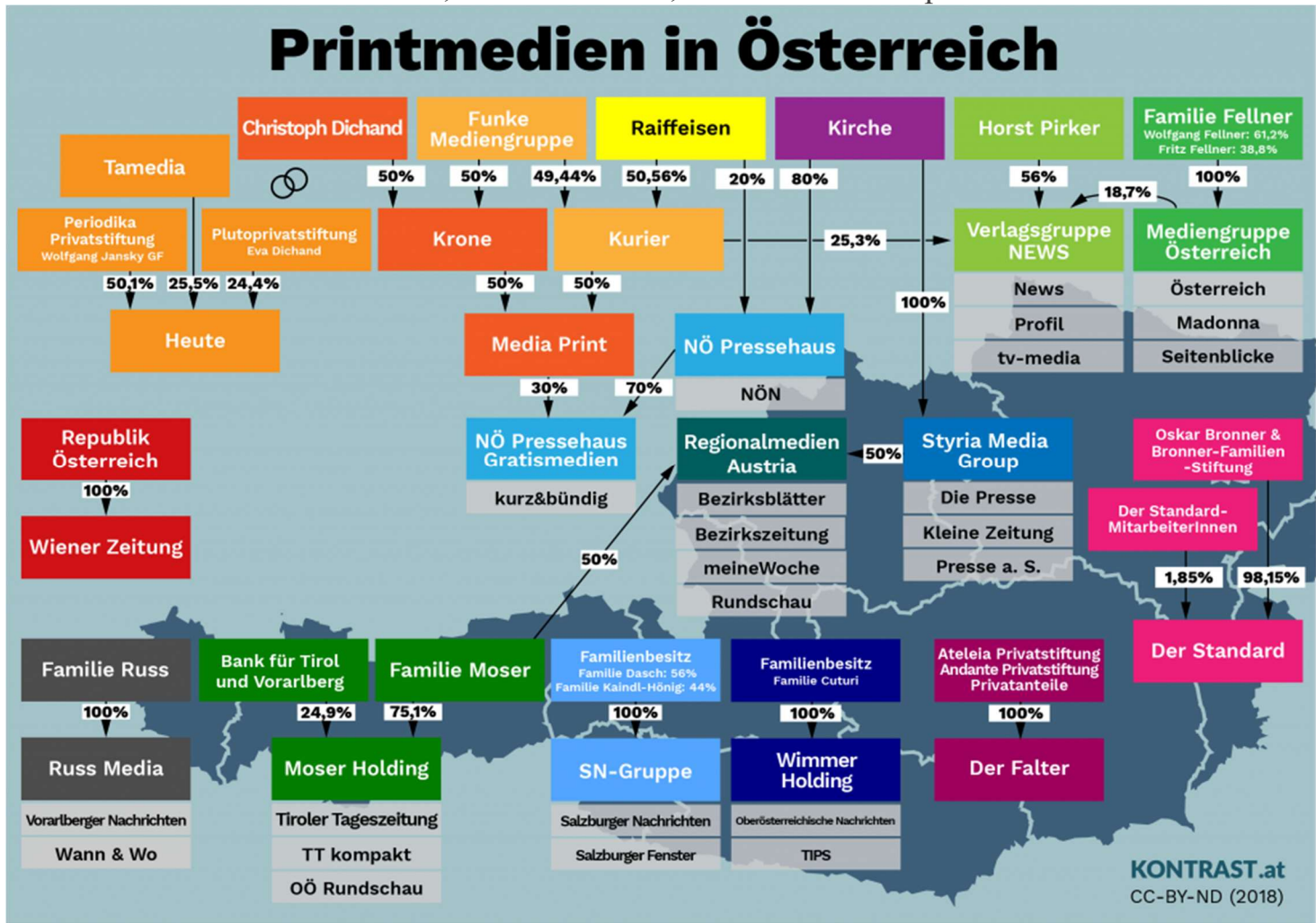
- »Da muss man natürlich auch fragen: Wer macht Nachrichten? Und aus welcher politischen Richtung kommen diejenigen, die die Nachrichten machen? Diese sind eben oftmals aus einer anderen politischen Herkunft zu erklären als das, was in der breiten Masse der Bevölkerung vorhanden ist. Ich glaube, diese Disparität kann man nicht völlig aufheben.« **Ernst-Jörg von Studnitz**, deutscher Botschafter in Moskau von 1995 bis 2002. (RTD, Interview, 2019, Min. 30)
- »Es steht zwar deutsch-amerikanische Freundschaft drauf, aber letztlich ist die Atlantik-Brücke eher ein Transmissionsmechanismus für amerikanische Ideen nach Europa.« **Prof. Max Otte**, Mitglied der Atlantik-Brücke und des American Council on Germany. (OF, Interview, Min. 10)

Weitere Themen

- Medien in den USA
 - Medien in der Schweiz
 - Medien in Österreich
-

Medien in Österreich

Eine Übersicht zur Eigentümerstruktur der traditionellen Printmedien Österreichs. Es dominieren einige Verlegerfamilien (Dichand, Fellner, Bronner etc.), die Raiffeisen-Bank, die katholische Kirche (Styria/Presse), die deutsche Funke-Mediengruppe, sowie der Staat.



Medien in Österreich

Informationen zur Eigentümerstruktur

- Die österreichischen Printmedien und ihre Eigentümer (Kontraste, 2018)
- Kurz-Förderer Benko kauft 24 % von „Krone“ und „Kurier“ (Kontraste, 2018)
- Mediaprint & Co: Verflechtungen von Österreichs Medienriesen (Standard, 2012)

Weitere Informationen

- **Bilderberg-Konferenz:** An der Konferenz der transatlantischen Elite sind die österreichischen Medien traditionell durch den *Standard*-Herausgeber Oscar Bronner vertreten. Weitere Teilnehmer aus Österreich sind hauptsächlich Bankenchefs und Politiker. (Zur Übersicht)
- **Geheimdienste:** 2009 wurde das CIA-Dossier von Otto Schulmeister, dem ehemaligen Chefredakteur der *Presse*, publik, das eine umfangreiche Zusammenarbeit dokumentiert.

- **Positionierung:** Zur (geo-)politischen Positionierung der Medien siehe den Medien-Navigator.

Siehe auch

- Medien in Deutschland
 - Medien in der Schweiz
 - Medien in den USA
-

Natürlich gäbe es da noch viel, viel mehr zu schreiben/berichten, aber für den Anfang sollte das Mal eine gute Basis darstellen, damit sich unser „Nachrichtendienst“ in der Nachrichtenberichterstattung besser orientieren kann. Eigentlich könnte ich Ihnen hier noch ein wenig über **Medienkompetenz** was nachreichen, da ja viel Platz ist.

Aus unten eingebetteten Vortrag über **Medienkompetenz** und **Kriegspropaganda** entnommen:

- Aktiver Medienkonsum – ist besser als passiver Medienkonsum.
- Selbst auszuwählen, anstatt sich mit fremden Themen berieseln zu lassen.
- Achtung: Es wird gelogen, dass sich die Balken biegen.
- Die Gewaltspirale hat zwei Elemente. Die Lüge & Gewalt. Wir müssen mit beiden aufhören.
- Kriegspropaganda: verursacht: Sie hassen am Schluss Menschen die Sie nicht kennen und Sie sind für Kriege in Ländern, die Sie nicht kennen.
- Kontrolle der zweiten Supermacht, öffentliche Meinung – Medienkontrolle.
- Hören Sie Vorträge.
- Studieren sie Mainstream und Alternative Medien um sich die eigene Meinung zu bilden.
- Edward Barneys: „Man kann das Denken der Öffentlichkeit genauso dirigieren wie eine Armee die Körper ihrer Männer dirigiert.“
- Passives Aufnehmen der Nachrichten ohne kritische Prüfung ist abzuraten.
- Drohnenkrieg wird in den Medien ausgeblendet.
- Wir im Westen sind davon überzeugt, dass Muslime Gewalttäter sind, obwohl der Westen (USA & viele Verbündete) 4 Millionen Muslime seit 09/11 getötet haben.
- Kriegspropaganda ist katastrophal und tötet viele Menschen. Wenn Sie mal begriffen haben, dass es Kriegspropaganda gibt, werden Sie das nicht mehr vergessen.
- Bei einer Umfrage im Jahre 2006, erklärten 85 % der amerikanischen Soldaten im Irak, dass Sie Saddam Hussein für die Anschläge am 11. September zu bestrafen. Resultat der Kriegspropaganda.
- Schlechte Informationslage über den dritten Turm, WTC 7, vom 09/11. Wird im Bericht über 09/11 nicht erwähnt, dass es eingestürzt ist!!! Und: Es hat sich nicht selbst, in die Luft gesprengt! Die BBC Journalistin Jane Stanley berichtete über WTC 7, aber zwanzig Minuten zu früh, vor dem Einsturz. Der Bericht vor dem Ereignis.

Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4
2008 entschuldigte sich BBC: Sorry, war ein Falschbericht, wir hatten das von Reuters.

- NY Times berichtet nicht über die über 3.000 kritischen Architekten und Ingenieure und viele Daten die auf eine Sprengung hinweisen und eine neue Untersuchungen fordern!
- Viele Menschen (Journalisten & Politiker) glauben, dass wir völlig doof sind.
- Bleiben Sie wachsam!
- Noch viele weitere Aussagen kommen im hörenswerten Vortrag vor

Empfehlungen für Medienkompetenz:

- Suche deine Informationen selber.
- Nimm dir ein digitales Timeout. Offline ist der neue Luxus.
- Lehne Kriegslügen ab
- Lies Bücher, vor allem Fachbücher und Sachbücher Bücher sind umfassende zusammenhängende Informationen.
- Nutze die digitale Revolution – I-Net
- Suche Inhalte selber
- Suche **gute Journalisten** und Forscher
- Höre Musik.
- Höre Vorträge. Z. B. Youtube Dr. Rainer Mausfeld: Warum schweigen die Lämmer
- Meide TV.
- Meide News.
- Konsumieren Sie Radio und Zeitungen kritisch.
- Wechsle die Prüfrichtung
- Studieren sie Mainstream und Alternative Medien um sich die eigene Meinung zu bilden.
- Prüfe die Quelle und den Wahrheitsgehalt.
- Erkenne die zwei Supermächte, die USA und die öffentliche Meinung
- Bleib wachsam, mutig und neugierig.
- Habe eine positive Einstellung.
- Denken Sie selber.

Prüfen Sie die Quelle, wer schreibt. Jeder hat ein eigenes Weltbild, Interessen und Abhängigkeiten.

Alternative Medien:

- **Nachdenkseiten** <http://www.nachdenkseiten.de/>
- **Junge Welt** <https://www.jungewelt.de>
- **RT-Deutsch** <https://deutsch.rt.com/>
- **Weltnetz TV** <https://weltnetz.tv/>
- **Hintergrund** <http://www.hintergrund.de/>
- **Global Research** <http://www.globalresearch.ca/>
- **Telepolis-Heise.de** <http://www.heise.de/>
- **KenFM** <https://kenfm.de/>
- **Deutsche Wirtschaftsnachrichten,** <http://deutsche-wirtschafts-nachrichten.de/>

- **Neue Reinische Zeitung** <http://www.nrhz.de/flyer/>
- **Propagandaschau** <https://propagandaschau.wordpress.com/>
 - **Antikrieg.com** <http://www.antikrieg.com/>
- u. v. m.

Investigative unabhängige Journalisten:

- John Pilger (England) johnpilger.com
- Glenn Greenwald (USA) theintercept.com
- Seymour Hersh (USA) https://de.wikipedia.org/wiki/Seymour_Hersh
- Amy Goodman (USA) democrcynow.org
- Wayne Madsen (USA) waynemadsonreport.com
- Thommy Hansen (Deutschland) free21.org
- Lars Schall (Deutschland) larsschall.com
- Ken Jebsen (Deutschland) kenfm.de
- Nafesz Ahmed (England) nafesahmed.com
- Thierry Meyssan (Frankreich) voltairnet.org
- Christopher Bollyn (Canada) bollyn.com
- Pepe Escobar (Brazil) atimes.com

Aus dieser Quelle zur weiteren Verbreitung entnommen: <https://kenfm.de/kenfm-zeigt-dr-daniele-ganser-medienkompetenz-wie-funktioniert-kriegspropaganda-23-10-2015/>

Wie funktioniert Kriegspropaganda und was kann man dagegen tun?

Unter dieser Überschrift lud der Schweizer Historiker und Friedensforscher Dr. Daniele Ganser am 23.10.2015 nach Berlin in das Kino Babylon.

Aufgrund der enormen Nachfrage sprach der Schweizer an zwei zusätzlichen Tagen vor ausverkauftem Saal über die Mechanik der Propaganda. Der Fokus lag natürlich auf der Macht der Massenmedien. Sie leisten einen wesentlichen Beitrag wenn es darum geht, ein Volk auf einen Krieg vorzubereiten.

Im Vorfeld erschaffen die Massenmedien ein Feindbild. Angst als Hebel, und das Verbiegen der Wahrheit als Ziel. So wurden und werden Kriege medial vorbereitet. Wer sich davor schützen will, gerade dieser Tage, muss ins Archiv der Geschichte. Es geht darum, das Muster der Mechanik zu dechiffrieren, die Techniken und Ausspielkanäle der Kriegspropaganda zu benennen.

Ganser ist als Historiker, der nur anhand von Fakten argumentiert, längst selbst ins Fadenkreuz der Propagandamaschine geraten. Dennoch beugt er sich nicht dem Druck, der auch – oder gerade – auf Wissenschaftler ausgeübt wird und der vor allem über die zahllosen Kanäle der Rüstungsindustrie die wirtschaftliche Zerstörung der Abtrünnigen zum Ziel hat.

„Für den Triumph der Bösen reicht es, wenn die Guten nichts tun!“

Klaus Schreiner, 6020 Innsbruck, Kaiser Franz Joseph Str. 4

Ganser tut aber nicht nichts. Er tut viel. In diesen Zeiten, in denen Krieg längst wieder alltäglich geworden ist, gibt es nur noch wenige Wissenschaftler, die ihre Stimme erheben und auf ihr Gewissen hören. Dr. Daniele Ganser ist einer von ihnen.

Aus dieser Quelle zur weiteren Verbreitung
entnommen: <https://www.youtube.com/watch?v=2uPZBfg-hmY>

KenFM im Gespräch mit: Dr. Daniele Ganser (Medienkompetenz und Kriegspropaganda)

Kriegspropaganda trägt Camouflage. Perfekt getarnt. Nur das geschulte Auge erkennt sie, und nur beim genauen Hinsehen. Wer sie jedoch nicht bemerkt oder gar ignoriert, für den kann das tödliche Folgen haben. Welche Interessen haben jedoch diejenigen, die auf Menschen wie Dr. Daniele Ganser einschlagen, weil diese Kriegspropaganda enttarnen? Die Antwort auf diese Frage ist ernüchternd.

Erfreulich ist hingegen, dass Ganser sich nicht unterkriegen lässt und eine immer größer werdende Gruppe von kriegsmüden Bürgern erreicht. Der Historiker und Friedensforscher aus der Schweiz hielt Ende 2015 im drei Mal ausverkauften Kino Babylon in Berlin vor 1500 Zuschauern den Vortrag „Wie funktioniert Kriegspropaganda und was kann man dagegen tun?“, den KenFM präsentierte.

Im Rahmen dieser Vortragsreihe luden wir Dr. Ganser ins KenFM-Studio, um mit ihm die Themen des Vortrages zu erläutern. Näher eingegangen wurde dabei auch auf den ebenfalls auf KenFM gezeigten Film „Die dunkle Seite der Wikipedia“, der die systematische Diffamierung kriegskritischer Stimmen in der Online-Enzyklopädie am Beispiel des Wikipedia-Artikels von Dr. Daniele Ganser behandelt.

Vortrag „Wie funktioniert Kriegspropaganda und was kann man dagegen tun?“ <https://kenfm.de/kenfm-zeigt-dr-danie...>

So ich denke das war über die Medien & Propaganda ausführlich genug. Morgen kommen wir noch ausführlich zur NATO um danach noch zu meinen Einschätzungen bzw. „Gedankensplittern“ bzw. Kurzansichten zu kommen.

Mit friedliebenden Grüßen aus dem offenkundig per Amtsmissbräuche agrar-ausgeraubten Tirol, Klaus Schreiner