

Die mediale „Propagandamaschine“ der US-Regierung

12.02.2020, Fassadenkratzer

*„Wir haben es mit Medien zu tun, die nicht reformierbar sind. Sie sind ins gegebene Macht- und Herrschaftssystem integriert. Sie sind nicht das, was sie zu sein vorgeben. ... Nein, sie schaffen keine umfassende Informationsgrundlage, die uns eine unabhängige Urteilsbildung ermöglichen würde.“
(Prof. Dr. Ulrich Teusch)*

Macht und Medien sind heute weitestgehend miteinander verflochten. Die Propaganda der Herrschenden fließt ungefiltert durch die Kanäle der meisten Zeitungen, der Rundfunk- und Fernsehanstalten und prägt das Bewusstsein der Beherrschten so, wie es zur Hervorhebung bestimmter Erfolge und zur Verschleierung bestimmter Absichten und Ziele erwünscht ist.

Dabei haben die Herrschenden nicht nur die Journalisten der meisten Nachrichtenagenturen und Leitmedien in ihrem direkten oder indirekten Dienst, sondern sie beliefern auch die Medien mit vorgefertigten Informationen oder lassen mitunter eigene Agenten als Journalisten auftreten, um besonders wesentliche Leitlinien vorzugeben.

Prof. Dr. Ulrich Teusch, einer der wenigen Politikwissenschaftler, die das herrschende politische und mediale System der westlichen Welt nicht preisend stabilisieren (vgl. Von der Politik-Wissenschaft ...), sondern kritisch analysieren, weist in seinem neuen Buch „Der Krieg vor dem Krieg“ auf entsprechende Propaganda-Methoden der US-Regierung hin, die auch auf das transatlantisch ausgerichtete Deutschland ihre Auswirkungen haben.

Fiktive Journalisten

Guy Sims Fitch war in den 1950er und 1960er Jahren ein angesehener und produktiver Journalist in Amerika. *„Er schrieb zahlreiche sachkundige Artikel zu ökonomischen Fragen, die in sechs verschiedene Sprachen und somit fast auf der ganzen Welt verbreitet wurden, auch in deutschen Zeitungen. Fitch war tief überzeugt von der segensreichen Wirkung privater amerikanischer Investitionen all überall, warb für freie Märkte und den ungehinderten Zugang zu ihnen als probates Mittel zur Gestaltung der internationalen Beziehungen. – Fitch, ein liberaler Geist im Kalten Krieg. Doch Guy Sims Fitch hatte ein Problem. Er existierte gar nicht. Er war eine Erfindung der (damaligen) United States Information Agency (USIA), also des Propagandaarms der US-Regierung.“* (Teusch S. 116 f.)

1953 gegründet, wurde sie 1999 offiziell aufgelöst, ihre Aufgaben wurden allerdings von anderen Stellen der Verwaltung übernommen.

Wie viele und welche Autoren unter dem Decknamen Guy Sims Fitch Propaganda-Artikel im Interesse der USA verfassten, so Ulrich Teusch, sei nicht bekannt, auch nicht, ob noch weitere fiktive Journalisten existierten.

„Anders als heute, wo man gerne mit gefälligen Euphemismen (Beschönigungen) wie ´strategische Kommunikation` arbeitet, fanden die Mitarbeiter der USIA während des Kalten Krieges nichts dabei, das Produkt ihrer Tätigkeit als Propaganda zu bezeichnen.“

Propaganda-Planungs-Organisationen

Als 1981 Ronald Reagan US-Präsident wurde, befeuerte er erneut den Kalten Krieg, da er vor allem befürchtete, Zentralamerika könnte zu einem „sowjetischen Brückenkopf“ werden. Doch weite Teile der amerikanischen Öffentlichkeit sahen im „Hinterhof“ der USA brutale Oligarchen am Werk, die ihre Völker unterdrückten. Reagan und seine Berater hielten es daher für notwendig, die Wahrnehmungen der eigenen Bevölkerung umzukehren, „wollten sie eine dauerhafte Finanzierung für die Streitkräfte von El Salvador, Guatemala und Honduras erreichen oder für die nicaraguanischen Contra-Rebellen, also jene von der CIA organisierte paramilitärische Truppe, die gegen die sandinistische Revolutionsregierung kämpfte.“ Dies liesse sich nach Ansicht Reagans nur erfolgreich bewerkstelligen, wenn man den US-Kongress, die Medien und die Bevölkerung mit ins Boot holte, d.h. so bearbeitete, dass sie die Sichtweise der Regierung übernahmen.

Zunächst seien nur vereinzelt Massnahmen gegen die missliebige Berichterstattung einzelner Journalisten erfolgt. Ab etwa 1982 hätten die Aktivitäten der Regierung immer systematischere Formen organisierter Propaganda angenommen. „Da Steuergelder nicht eingesetzt werden durften, um die eigene Bevölkerung gezielt mit Propaganda zu bearbeiten oder auf Kongress-abgeordnete Einfluss zu nehmen, sahen sich die Lenker und Einflüsterer der öffentlichen Meinung nach privaten Finanzierungen um.“

Eine Rolle in diesem Zusammenhang spielte offenbar der rechte Medienmagnat australischer Herkunft Rupert Murdoch, der über enge Beziehungen zur konservativen britischen Premierministerin Margaret Thatcher und später auch zum Labour-Premier Tony Blair verfügte. Er sei im Januar und Juli 1983 Gast bei Ronald Reagan im Weissen Haus gewesen, im Juli begleitet vom Chefredakteur der seit zwei Jahren in seinem Besitz befindlichen Londoner Times.

„Reagan sah in Murdoch einen politischen Verbündeten und eine wertvolle Finanzquelle für private Gruppen, die ihre Propagandaaktivitäten mit denen der US-Regierung koordinierten.“

Jetzt ging man auch zu einer verschleiernenden Sprachregelung über. Was früher ungeschminkt Propaganda genannt wurde, hiess jetzt Public Diplomacy, Psychological Operations, Perception Management (Wahrnehmungsmanagement), Smart Power, Soft Power etc.

Im Januar 1983, so deckt Ulrich Teusch weiter auf, unterzeichnete Reagan eine Nationale Sicherheits-Verordnung, die das Ziel hatte, die *Public Diplomacy* „in den Angelegenheiten der nationalen Sicherheit“ zu einer regelrechten Organisation auszubauen. Dazu wurde eine beim Nationalen Sicherheitsrat angesiedelte Planungsgruppe gebildet, welche die Propagandakampagnen steuern sollte. Deren Vorsitz übernahm ein routinierter CIA-Mann, der im Geheimdienst für verdeckte Operationen zuständig gewesen war. Ein Büro dieser Gruppe mit der Bezeichnung „Office of Public Diplomacy for Latin America“ wurde beim Aussenministerium angesiedelt, stand aber unter der Kontrolle des Nationalen Sicherheitsrates. (S. 119 f.)

Gleichzeitig wurde auch der Bereich „psychologische Operationen“ (Psyops) ausgebaut. Ursprünglich waren sie psychische Techniken des Militärs, um eine feindliche Macht durch Lügen, Verwirrung und Terror zu unterminieren. Nun hielt man sie auch in Friedenszeiten für erforderlich, und sie sollten auch auf die eigene Bevölkerung angewendet werden – falls die Regierung eine „Bedrohung des nationalen Interesses“ geltend machen konnte.

„Ende Juli 1986 wurde offiziell ein Psychological Operations Committee (POC) eingesetzt, an dem der Nationale Sicherheitsrat, das Aussen- und das Verteidigungsministerium, die CIA und die US Information Agency beteiligt waren. Das POC beschäftigte sich in den Folgemonaten vor allem mit Mittelamerika – El Salvador, Guatemala, Honduras, Costa Rica, Panama, Nicaragua -, aber auch mit den Philippinen, wo 1986 der langjährige und von den USA unterstützte Diktator Ferdinand Marcos gestürzt worden war.“

Die frühen Aktivitäten auf den Gebieten der Public Diplomacy oder des Perceptionsmanagements seien schon nach einigen Jahren mit der Psyops-Bürokratie zusammengeschlossen worden. Und zur anfänglichen Zusammenarbeit mit privaten Unterstützern wie Murdoch oder etablierten und scheinbar unabhängigen Organisationen wie Freedom House, das überwiegend von der US-Regierung finanziert wird, sei die Gründung völlig neuer Organisationen hinzugetreten.

Ausmass der US-Regierungspropaganda bis heute

Der geschilderte Trend setzt sich bis in die Gegenwart fort und verstärkt sich offenbar im Zeichen des Kampfes gegen angebliche russische Propaganda noch weiter.

„Es handelt sich um eine regelrechte Wachstumsindustrie. Immer neue Akteure treten auf den Plan, immer neue Querverbindungen und Netzwerke

entstehen. (...) Die wohl wichtigste Neugründung der Reagan-Ära war das National Endowment for Democracy (NED), das seit 1983 ohne Unterbrechung von dem Neokonservativen Carl Gershman geleitet wird. (...) Obwohl vom US-Kongress mit über 100 Millionen US-Dollar pro Jahr finanziert, steht das NED vielerorts im Ruf der Unabhängigkeit. Manche glauben sogar, es handele sich um eine Nichtregierungsorganisation. Doch nichts könnte abwegiger sein. Faktisch ist das NED ein Propaganda- und Regimewechselinstrument der Regierung in Washington."

CIA- und NED-Insider bestätigten, dass das, was früher die CIA an verdeckten Operationen durchgeführt habe, heute auf anspruchsvollere Weise von der NED gemacht werde. So bezeichnete NED-Chef Carl Gershman am 26.9.2013 in einem Gastkommentar für die Washington Post die Ukraine – noch kurz vor dem vom Westen initiierten Putsch – als „den grössten Preis“. Das Land sei ein wichtiger Zwischenschritt auf dem Weg nach Moskau.

Im Sommer 2018 trat NED-Chef Gershman bei einer Anhörung im US-Kongress auf. Begleitet wurde er von zwei weiteren Agenten des Regimewechsels und der Einmischung in die inneren Angelegenheiten anderer Staaten: dem Vertreter des dem NED angeschlossenen und den Republikanern nahestehende International Republican Institute (IRI), Daniel Twining, und dem Vertreter des entsprechenden, den Demokraten verbundene National Democratic Institute (NDI), Kenneth Wollack.

„Während der Anhörung feierten die drei ihre jüngsten Erfolge in Malaysia, Armenien oder Nicaragua und zeigten sich guten Mutes, auch schwierigere Projekte, wie Russland, China oder Nordkorea auf längere Sicht zu einem guten Ende führen zu können."

Als weiteren grossen und aktiven Förderer des Regimewechsels beispielsweise in Nicaragua erwähnt Ulrich Teusch die Organisation United States Agency for International Development (USAID), zu Deutsch: Behörde der Vereinigten Staaten für internationale Entwicklung. Sie tritt mit Wohltaten für die Bedürftigen der Welt auf: Brunnen bohren, Krankenhäuser bauen, für Schulunterricht in armen Ländern sorgen. Aber hinter dieser Fassade finanziert sie auch „weltweit Journalisten, die der US-Aussenpolitik freundlich gegenüberstehen, bzw. deren Arbeit von den USA als nützlich eingeschätzt wird. USAID stärkt `freie` oder `unabhängige` Medien und Blogger, kümmert sich um Journalistenausbildung, um die Geschäftsentwicklung, um die Stärkung des rechtlichen Rahmens für `freie Medien` (mit 40 Millionen Dollar jährlich).“

Zusammen mit der Open Society Foundation von George Soros finanziere USAID auch das Organized Crime and Corruption Reporting Projekt (OCCRP), das `investigativen Journalismus` in Sachen Korruption betreibt und

seine Vorwürfe in der Regel gegen Regierungen richte, die in Washington nicht wohlgekommen seien. Das OCCRP arbeite auch mit der Ermittlungswebsite Bellingcat des Bloggers Eliot Higgins zusammen. Higgins wiederum sei seit einiger Zeit Fellow der NATO-Denkfabrik Atlantic Council, und seine Publikationen erfreuten sich der Aufmerksamkeit und Zustimmung führender westlicher Medien wie der New York Times oder der Washington Post. Bei Google werde er bevorzugt behandelt, was sicher auch darauf zurückzuführen sei, dass Higgins' „Erkenntnisse“ immer mit dem gerade angesagten Propagandathema der US-Regierung und ihrer westlichen Verbündeten übereinstimmen.

Ein ähnlicher Fall sei die von westlichen Medien gern zitierte Syrische Beobachtungsstelle für Menschenrechte (SOHR), ein Ein-Mann-Betrieb mit Sitz im britischen Coventry. Nachweislich habe ihm das britische Außenministerium die beachtliche Summe von 194'769,60 Pfund zur Verfügung gestellt, um das Unternehmen mit „Kommunikationsausrüstung und Kameras“ auszustatten. Westliche Medien greifen vor allem dann SOHR-Informationen auf, wenn sie ins offizielle Syrien-Narrativ passten.

Nach Aussagen des Investigativ-Journalisten Robert Parry habe sich der Prozess der propagandistischen Formierung unter den nachfolgenden Präsidenten bruchlos fortgesetzt. Insbesondere die journalistische Zunft und die Mainstream-Medienlandschaft seien inzwischen dermassen angepasst und „auf Linie“, dass im Grund keine besonderen Bemühungen staatlicherseits mehr erforderlich seien. Journalisten müssten nicht mehr speziell bearbeitet, unter Druck gesetzt oder schikaniert werden – „sie sind schon an Bord“.

Ein besonderer Ansatzpunkt ist natürlich die Nachrichtenagenturen als grosse mediale Multiplikatoren. Manchmal wird ihnen der massive Druck zu viel, und sie suchen sich etwas Luft zu verschaffen:

„Anfang Februar 2009, zu Beginn der Präsidentschaft Barack Obamas, veröffentlichte die Nachrichtenagentur Associated Press (AP) eine umfangreiche Recherche zu den Propagandaaktivitäten des Pentagon. Die wichtigsten Ergebnisse: Zwischen 2004 und 2009 ist der Etat des Pentagon für Öffentlichkeitsarbeit (im weitesten Sinn) innerhalb und ausserhalb der US-Grenzen um 63% gestiegen. 2009 gab das Ministerium 4,7 Milliarden US-Dollar für solche Zwecke aus. (...) Die tatsächlichen Ausgaben dürften noch höher ausgefallen sein, da viele Budgets der Geheimhaltung unterliegen. (...) Im Jahr der AP-Studie, also 2009, beschäftigte das Pentagon 27'000 Mitarbeiter für die Bereiche Rekrutierung, Werbung und PR.“ (U. Teusch S. 125) – Siehe auch: rubikon.news 10.10.2018

Auf einer stillgelegten Luftwaffenbasis in San Antonio, Texas, residiere der Joint Hometown News Service, in dem sich Pentagon Mitarbeiter als

„Journalisten“ betätigten. Ihre Beiträge erschienen in diversen Medien, ohne dass für deren Nutzer die Herkunft erkennbar wäre. Der AP-Studie zufolge plante dieser „News-Service“ für 2009 insgesamt 5'400 Presseartikel, 3'000 Fernsehbeiträge und 1'600 Radio-Interviews. Diese Aktivitäten in San Antonio seien nur ein kleiner Mosaikstein im schnell wachsenden Medienimperium des Pentagon, das inzwischen grösser und mächtiger sei als viele amerikanische Medienunternehmer.

Kurz nach Veröffentlichung der AP-Studie sei der damalige Chef der Agentur, Tom Curley, an die Öffentlichkeit getreten und habe den Ausbau des Pentagon zu einer „weltweit führenden Propagandamaschine“ kritisiert. Er habe auch Menschenrechtsverletzungen des US-Militärs beklagt und mehrere Fälle zitiert, in denen Journalisten vom amerikanischen Militär in Kriegsgebieten widerrechtlich festgehalten worden seien; im Irak sei ein Fotoreporter sogar mehr als zwei Jahre inhaftiert gewesen. Unbequeme Journalisten seien im Irak und in Afghanistan schweren Repressalien ausgesetzt gewesen. Man arbeite auch mit Drohungen.

„Führende Kommandeure hätten ihm (Curley) zu verstehen gegeben, dass man die AP und ihn zerstören wird, wenn er und die Nachrichtenagentur weiterhin auf journalistischen Prinzipien bestehen würden.“

Auch deutsche Journalisten stehen, wie der frühere FAZ-Redakteur Udo Ulfkotte bezeugte, unter dem Druck des deutschen Geheimdienstes, die wiederum genauso von den USA abhängig sind wie die anderen staatlichen Stellen. „Die FAZ ermunterte mich ausdrücklich dazu, den Kontakt zu westlichen Geheimdiensten zu verstärken und freute sich, wenn ich die mitunter von dort zumindest in Stichworten vorformulierten Berichte mit meinem Namen versah“, schildert Ulfkotte. Ein Artikel wurde ihm einmal gar von zwei Mitarbeitern des BND in der FAZ-Redaktion in Frankfurt formuliert und „Absatz für Absatz weitgehend vorgegeben.“ Aufgabe dieser beiden war es, Berichte für renommierte deutsche Zeitungen zu schreiben. „Der BND machte das damals mit Wissen deutscher Medienhäuser, nach Angabe seiner Mitarbeiter bei vielen Zeitungen so.“

„Man kann einen Journalisten billiger haben als eine gute Hure, für einige hundert Dollar im Monat. Mit diesen Worten zitierte der Redakteur Philip Graham von der Washington Post einen CIA-Agenten über die Bereitschaft und den Preis jener Journalisten, die gewillt waren, für die CIA Propaganda-Berichte in Artikeln zu verbreiten. Natürlich mit Rückendeckung der Arbeitgeber. ... Und der BND war der verlängerte Arm der US-Geheimdienste, eine Art Tochterorganisation. Man hat mir beim BND zwar nie Geld angeboten. Aber das brauchte man bei mir und vielen deutschen Kollegen auch gar nicht. Wir fühlten uns so grossartig, wenn wir Auftragschreiber eines Geheimdienstes waren oder irgendwie für ihn arbeiten durften.“

Dabei kann keiner die „Informationen“ des Geheimdienstes nachprüfen. Man drückt das einfach.

„Ich habe daran zwar freiwillig mitgewirkt, aber mir wurde auch mitgeteilt, dass ich entlassen werden könne, wenn ich da nicht mitmache“, so Ulfkotte aus seiner Erfahrung (in seinem Buch „Gekaufte Journalisten 2014, S. 45-48).

Nachfragen bei befreundeten Anwälten bestätigten ihm, dass dies nach der gängigen Rechtsprechung ein Kündigungsgrund sei.

Der staatliche Druck auf Journalisten in den USA ist unter republikanischen und demokratischen US-Regierungen derselbe.

„Unter Clinton wurde es für diejenigen, die amerikanischer Propaganda nicht folgen wollten oder sie konterkarierten, geradezu tödlich. So während des Kosovokrieges 1999, als die NATO zwei Cruise-Missiles auf den Weg schickte, um die Studios des serbischen Fernsehens in Belgrad zu zertrümmern. 16 Journalisten wurden getötet. Die Bush-Regierung wiederum hatte es auf den Sender Al Jazeera abgesehen. Im November 2001 wurde das Büro des Senders in Kabul von einer US-Rakete getroffen; im April 2003 traf es die Büros in Bagdad, wobei ein Reporter getötet wurde.“

Ein 2005 an die Öffentlichkeit gekommenes „Al Jazeera Bombing Memo“ habe sogar darauf hingedeutet, dass Bush die Überlegung anstellte, die Al Jazeera-Zentrale im katarischen Doha zu bombardieren. Toni Blair habe ihn davon aber abgebracht.

Unter Obama wurde 2017 der „Countering Disinformation and Propaganda Act“ (CDPA) beschlossen, der Teil des „National Defense Authorization Act (NDAA) ist, der jährlich den Etat des Kriegsministeriums und gegebenenfalls auch die Befugnisse des Militärs regelt.

„Bereits im 2013 verabschiedeten NDAA hatte Obama zugelassen, dass propagandistische Massnahmen direkt auf die US-amerikanische Bevölkerung abzielen dürfen.“ Das war bis dahin zwar offiziell verboten, konnte aber auch vorher nicht verhindern, „dass die medialen Sprachrohre der Regierung das heimische Publikum mit einer täglichen Propagandadosis versorgten.“

Seit Obamas Zeiten wird nach Ulrich Teuschs Beobachtung der Begriff „Propaganda“ völlig durch „strategische Kommunikation“ ersetzt. In Lettland sei inzwischen das „NATO-Kompetenzzentrum für strategische Kommunikation (STRATCOM) in Betrieb genommen worden, „eine von mittlerweile zahlreichen und kaum noch überschaubaren Initiativen und Programmen unterschiedlichster Träger (NATO, EU, einzelne Staaten, Stiftungen etc.), die alleamt vermeintliche russische Desinformationen aufdecken sollen.“ Der renommierte und mit jahrzehntelanger Berufserfahrung verfügende

Kriegsberichterstatler und Dokumentarfilmer Don North habe darauf hingewiesen, dass schon unter Obamas Ägide das Konzept der „strategischen Kommunikation“ immer grössere Dimensionen angenommen habe:

„Die Verhinderung des Informationsflusses ist beispiellos.“

Wer diese Hintergründe kennt, weiss die „Nachrichten“ und Kommentare der transatlantisch ausgerichteten Mainstreammedien der deutschen Vasallen richtig einzuschätzen:

„Wir haben es mit Medien zu tun, die nicht reformierbar sind. Sie sind ins gegebene Macht- und Herrschaftssystem integriert. Sie sind nicht das, was sie zu sein vorgeben. ...Nein, sie schaffen keine umfassende Informationsgrundlage, die uns eine unabhängige Urteilsbildung ermöglichen würde.“

(Prof. Dr. Ulrich Teusch, S. 8)