

Vortragsmanuskript, Frankfurt 31.10.2021

© Prof. Dr. Sabine Schiffer, fertiggestellt 10.01.2022

Der Afghanistan-Krieg in den Medien

Unsere Betrachtungsschwerpunkte bzw. Analyseeinheiten:

- Hauptthese: KEIN Krieg als Verteidigung (am Hindukusch)
- Entwicklung der Kriegs-Rhetorik rund um den sog. „Auslandseinsatz“ in Afghanistan (als Prototyp von Kriegspropaganda gestern, heute und morgen)
 - Krieg als Verteidigung (und Verbrecherjagd/Polizeiaufgabe)
 - Krieg als Emanzipation & Fortschritt
 - Krieg um des Krieges willen (um nicht unerträgliche Fehler einräumen zu müssen!)
- Indizien zur Entlarvung von Kriegs-PR: Personalisierung, Dämonisierung, Lügen & wechselnde Kriegsgründe und Slogans verraten die Propaganda!

Oder: Wie kommt Kriegspropaganda in unsere Medien?

Auf dieses Zitat von Martin Sonneborn mit Bezug zu unserem Thema möchte ich zum Einstieg hinweisen. Sonneborn und sein Büroleiter haben den Schauprozess gegen Julian Assange in London verfolgt, kritisiert und dokumentiert. Und hier bringt der EU-Abgeordnete der Partei Die PARTEI sein Fazit auf den Punkt:



Im Gegensatz zur medialen Vorbereitung und Begleitung des Kriegs in Afghanistan, den man lange so nicht nennen durfte, sind die Medien im Skandalfall Assange auffallend verhalten – erst langsam scheint es einigen im Journalismus Tätigen zu dämmern, dass hier ein wichtiger Präzedenzfall geschaffen wird, der sich auf sie und ihre Arbeit auswirkt. Wenn das Aufdecken von Kriegsverbrechen als Verbrechen geahndet wird, die Verbrecher aber weiter unbehelligt agieren dürfen, dann ist das Signal klar – und wie u.a. Mark Nelson als Direktor des Centre for International Media Assistance sagte: „Keine Demokratie ohne freie Medien“.¹

Ein Problembewusstsein in Medien und Politik dafür scheint es vor allem in Bezug auf andere Weltgegenden zu geben, die eigene „Wertegemeinschaft“ wird zumindest vonseiten der Politik weniger kritisch in den Blick genommen. Dazu passt auch der Satz des ehemaligen „Verteidigungsministers“ Peter Struck, Deutschland werde am Hindukusch verteidigt. Der Widerspruch zur Realität wurde damals von der Friedensbewegung bereits klar benannt, von Medien weitestgehend ignoriert. In weiteren Kreisen spricht es sich so langsam herum – nach vielen Toten mehr.

Was den Schauprozess gegen Julian Assange anbelangt, so setzen sich die Reporter ohne Grenzen, einige Journalistenverbände, viele Aktivisten und der UNO-Sonderberichterstatter Dr. Nils Melzer² für seine Freilassung ein; diverse Medien berichten sporadisch darüber – eine Medienkampagne, wie im Falle Nawalny, gibt es in Sachen Assange nicht.

Der vielfache Nutzen des Afghanistan-Krieges

Seitdem man den Krieg „Krieg“ nennen darf – dazu haben wesentlich der ehemalige Bundespräsident Köhler und er schillernde „Verteidigungsminister“ von und zu Guttenberg beigetragen – wird er als Argument für eine sich durchsetzende Kriegs-PR genutzt.

Es ist allerhöchste Zeit über Euphemismen nachzudenken und Spins in realistische Bezeichnungen umzubenennen, damit sie weniger Illusionen verbreiten - evtl. lässt sich die Umbenennung des „Verteidigungsministeriums“ in eine realistischere Bezeichnung als Schulwettbewerb ausschreiben. Der aktuelle Sprachgebrauch erinnert an die in George Orwells messerscharfer Analyse 1984 formulierten Floskeln, wie etwa „Krieg ist Frieden“ – wenn man es genau nimmt, ist das heute verbreitete „Krieg ist Friedenssicherung“ nicht so weit davon entfernt. Es bedient zudem noch die Vorstellung (Prämisse), dass der Frieden realisiert sei, den es zu „sichern“ gälte; dabei befinden wir uns inzwischen im Jahr 23 der neuen Weltkriegsordnung, die der Krieg in Jugoslawien und die NATO-Doktrin von 1999 einleiteten.

Verharmlosende Bezeichnungen, wie auch die Einführung einer (noch) moderaten Kriegsrhetorik tragen zur Gewöhnung an den Kriegszustand bei – ebenso die Mode.

¹ <https://gegenblende.dgb.de/artikel/++co++852d5e3e-12a3-11ea-a36d-52540088cada>

² https://www.youtube.com/watch?v=_lL6JhJHjA; <https://www.youtube.com/watch?v=fjWA6i9nbKk>

Das Camouflage-Design lässt sich in Schulklassen an vielen Stellen beobachten: Tarnfleck auf Federmäppchen, Schulranzen, Kleidung und Bleistiften. Diese werden nicht nur als Merchandise-Produkte der BundesWEHR (ein weiterer Euphemismus) verteilt, sondern sogar freiwillig gekauft.

Über die Militarisierung der Außenpolitik, auch mithilfe des Afghanistankrieges, hat Claudia Haydt von der *Informationsstelle Militarisierung* hier schon ausführlich berichtet.³ Die Strategie ist durchschaubar, allerdings verlegen sich die meisten Medien auf reine Verlautbarungsberichterstattung, statt ihres Jobs einer Vierten Gewalt nachzukommen.

Kriegswerbung – Krieg als Emanzipations- und humanitäres Projekt

Die Mehrheit der befragten Bevölkerung in Deutschland ist und war immer gegen den Afghanistan-Krieg gewesen. Zur Militarisierung der viel beschworenen „Verantwortung in der Welt“ dient auch die Bundeswehr selbst; wobei gezielt die weltwirtschaftlichen Ausbeutestrukturen, die Krisen und Despoten befeuern, ausgeblendet werden müssen.

Zu Beginn der deutschen Beteiligung am Kriegseinsatz in Afghanistan wurden Soldaten als Ärzte und Hilfstrupps jenseits militärischer Aufgaben gezeigt. Die neue PR-Ausstattung mit eigenen „Journalisten“ sorgte für Fotos wie die folgenden, die über Agenturen und Medien verbreitet werden. Die sog. „humanitäre Intervention“ der NATO-Doktrin von 1999 wird hier quasi verbildlicht:



Bundeswehrärzte, afghanischer Patient in Kabul: Besonders grausamer Krieg

Dabei wurden mehrere Fliegen mit einer Klappe geschlagen: Werbung für den Krieg und für die Bundeswehr gleichzeitig. Die Sympathie-Initiative für Soldaten und Bundeswehrärzte bereitete die späteren Solidaritätsforderungen vor, die gerne dann aufgebracht wurden, wenn es Kritik am Kriegseinsatz und der Ausweitung des Krieges durch die vielen Drohnen-toten gab. Diese Instrumentalisierung „unserer Soldaten“ muss als das bezeichnet werden, was es ist: Missbrauch, die in eine Art moderner Dolchstoßlegende münden konnte.

³ Siehe Manuskript.

Das Ausschöpfen historischer Ikonografien bei der folgenden Darstellung ist auffällig, etwa wenn Soldaten Kindern etwas schenken. Hier wird das Hilfskonzept durch das des Befreiers für die besonders schutzwürdigen Kinder ergänzt, das nicht nur in Deutschland im kollektiven Gedächtnis verankert sein dürfte – erinnert sei an historische Pressefotos von Glis, die Kindern Schokolade schenken.

Töten und Sterben gehören dazu

Deutsche Afghanistan-Debatte erstaunt Soldaten aus anderen Nato-Ländern
VON CAN MEREY (dpa)

KABUL – Wenn in Kundus eine Bundeswehr-Patrouille in einen Hinterhalt gerät, dann rücken schon heute deutsche Soldaten aus dem Feldlager am Rande der nordafghanischen Stadt aus, um den bedrängten Kameraden beizustehen – wenn es sein muss, auch mit Waffengewalt.

Tatsächlich erfüllen die Deutschen in der Umgebung ihrer Wiederaufbauteams (PRT) seit Jahren diese klassische Aufgabe einer schnellen Eingreiftruppe (QRF), nur werden die Einheiten, die zur Hilfe eilen, nicht notwendigerweise so genannt. Dass die Übernahme der QRF von den Norwegern nun zu einer erhitzten Debatte in Deutschland geführt hat, sorgt in Afghanistan für Erstaunen.

Der Streit um die QRF in der Bundesrepublik sei „völlig überzogen“, heißt es bei der Nato. Auch der norwegische



Kinder begrüßen, Brunnen bohren, Schulen bauen: So sieht die deutsche Öffentlichkeit die Bundeswehr in Afghanistan gerne — und blendet dabei einen Teil der Wirklichkeit aus. Foto: AP

Interessant ist bei diesem Beitrag der *Nürnberger Nachrichten*, der auf einer dpa-Meldung beruht, die Text-Bild-Schere zwischen dem Foto und der Überschrift. Nicht selten, aber hier besonders perfide, wie mit positiven Imagefotos für (Verständnis für) Krieg und Tod geworben wird.

Die Finanzmittel für die Bundeswehr-PR nehmen zu. Wenn große Aufträge vergeben werden, wird darüber mindestens in den Fachzeitschriften der Werbebranche berichtet – etwa hier ein Beitrag aus *Werben und Verkaufen*. Der Rechercheaufwand ist also überschaubar, um die beteiligten eigenen Stabsstellen – etwa in Strausberg bei Berlin – und die beauftragten Agenturen und weitere Medien-Kooperationspartner – wie beispielsweise *RTL* mit einer Adventure-Show mit Sonja Zietlow oder der Jugendzeitschrift *BRAVO* mit einem Rekrutierungs-Quiz – zu ermitteln.

WIRTSCHAFTSZEITUNG | **Agenturen** | MEDIEN | DIGITAL | MEDIA & MARKETING STRATEGY | POLITIK & JUR.

» zurück zu Agenturen

[in Share](#)
[Twittern](#)
[+1](#)
[XING X](#)
[Gefällt mir](#)
Drucken | Versenden | An die Redaktion



Foto: © Bundeswehrtische
Rüsten für Reformen: Der Bundesminister der Verteidigung Thomas de Maizière, bei einem Truppen-Besuch in Mazra e Sharif.

Pixelpark hilft Bundeswehr an der digitalen Front

veröffentlicht am 12.07.2011 um 15:59 Uhr - Agenturen - Artikel

Pixelpark wird in diesem Jahr 20 Jahre alt und schenkt sich zum Geburtstag einen neuen Großkunden: Der Bielefelder Standort entwickelt für das **Bundesverteidigungsministerium** und die **Bundeswehr** ein komplett neues digitales Kommunikationskonzept. Dazu gehören neben der Neugestaltung der Webportale und digitalen Kanäle auch Social-Media-Auftritte und Mobile-Konzepte.

TOP-AKTUELL **TOP-GEKLICKT**

18.06.2012 15:50 • Agenturen • Artikel
Joachim Fuchs wird Beratungschef von Heye & Partner

18.06.2012 15:00 • Medien • Artikel
„Focus“ mit acht Metropolen-Titeln: Angie geht in jeder Stadt ein Licht auf

18.06.2012 14:30 • Agenturen • Artikel
Cannes Blog: Warum Oscar Meixner einen Monaco-Millionär aus der Limousine schmiss

Mehr Aktuelles aus:

AKTUELL IN LEAD DIGITAL

18.06.2012 • Mobile • Blog
Smartphones bringen erstmals mehr Geld als Fernseher

18.06.2012 • Semseo • Blog
So lässt sich die Online-Performance von TV-Spots messen

18.06.2012 • Admedia • Blog
Entscheider mögen die „Spiegel“-App

W&V HOW-TO-VIDEO




Dies alles ist Teil einer riesigen Imagekampagne für Krieg als Fortsetzung der politischen Mittel. Die Aufstockung der Rüstung spricht hierzu ergänzend eine eindeutige Sprache. Natürlich haben Regierung und Parlament eine besondere Verantwortung für „unsere Soldaten“, zumal sie gegen das Mehrheitsvotum der befragten Bevölkerung diese in die Kriegseinsätze schicken.

Der immer wieder bemühte Solidaritäts-FRAME (Rahmung als...) für Soldaten und für Frauen und Kinder vor Ort (s.u.) widerspricht dem Fakt, dass sie zu Zwecken entsendet werden, die das Völkerrecht aushöhlen; so auch zur „Ressourcen- oder Ressourcenwege-Sicherung“ (s. NATO-Doktrin 1999). Eigentlich müsste dringend die Frage gestellt werden: Wer lässt hier wirklich die Soldaten im Stich? Diejenigen, die gegen Krieg sind, oder diejenigen, die Soldaten in Einsätze schicken, wo sie laut Grundgesetz nichts zu suchen haben, und mit fadenscheinigen Begründungen hehrer Aufgaben manipuliert werden?

Gerade die wechselnden Kriegsgründe, die man am Beispiel des Afghanistankrieges nachzeichnen kann, lassen schnell die PR-Strategien erkennen. Erinnern wir uns – wenn es viele Medien zum Ende des 20-jährigen Einsatzes versäumt haben – mit welchen Argumenten der Kriegseinsatz begründet wurde: Zunächst sollte es um die Verfolgung des Terrorverdächtigen Osama Bin Laden gehen (s.u.), dann um die Freiheit für alle mit besonderem Fokus auf Fortschritt für Frauen, bis hin zum Bau von Brunnen und Mädchenschulen. Jenseits der vielleicht durchaus relevanten Einzelaspekte, ist allein am Austausch der Argumentation je nach politischem Wind die Instrumentalisierung durchschaubar. Bevor wir einen Blick auf die wechselnden Claims werfen, die nicht weniger entlarvend sind, hier noch ein Hinweis auf eine psychische Komponente, die nicht zu unterschätzen ist und die einen Teil der Erklärung dafür liefern dürfte, warum so viele Betroffene noch lange am Glauben an „die gute Sache“ festhalten (müssen).

Die Einsicht in einen offensichtlich sinnlosen Einsatz, mit Opfern des eigenen Lebens und das der Familie, ist verständlicherweise schwer erträglich. Gerade im Todesfall ist es nachvollziehbar, dass Angehörige von Kriegssopfern den Verlust besser oder nur dann ertragen, wenn er sinnhaft erscheint. Wo einfach kein Sinn zu erkennen ist, wird die Depression unerträglich. Deshalb ist das Eingeständnis so schwierig, wie es auch Daniel Lücking beschreibt, ein ehemaliger Soldat und heutiger Journalist, der anfangs an die Mission in Afghanistan glaubte und der durch ein schweres post-traumatisches Belastungssyndrom (PTBS) gehen musste, um sich heute kritisch gegenüber derlei Einsätzen positionieren zu können.⁴

Kriegswerbung – Slogans für den Krieg

Einen frühen Hinweis erhielt man durch die Umbenennung der „Operation“, die zuerst „Infinite Justice“ und schließlich „Enduring Freedom“ genannt wurde. Claims (Slogan, Motto) sind wichtig für eine gelingende PR und Claims werden nur im

⁴ <https://twitter.com/danielluecking/status/1428707700481867778>

äußersten Notfall geändert, ähnlich wie die Umbenennung politischer Parteien eine absolute Ausnahme darstellt und immer eine besondere Betrachtung verdient.

Umbenennungen aufmerksamkeitsrelevanter Slogans, Organisationsnamen oder Fachtermini sagen etwas über Konnotationen aus, die mitschwingen. Der Claim „Infinite Justice“ klingt zu sehr nach Selbstjustiz, weil „Justice“ die Begriffe von „Gerechtigkeit“ und „Justiz“ aktualisiert. Die Rechtsprechung der Justiz ist aber Gerichten vorbehalten, eine solche spielte beim „Krieg gegen den Terror“ keine Rolle. „Freedom“ hingegen war doppelt gut nutzbar. Es umging die Frage der Rechtsstaatlichkeit, des Völkerrechts und lieferte positive Konnotationen: Die Befreiung Afghanistans von „Al Quaida“, sowie die Befreiung des ganzen Landes von den Taliban – also Freiheit allumfassend, so die US-amerikanische Kriegs-PR. Auch der Wechsel von „infinite“ zu „enduring“ stellt eine Verbesserung dar, wenn die Idee von „endlos“/„unendlich“ mit dem Aspekt von „nachhaltig“ belegt wird.⁵

Man kann ja nicht ein Volk dazu bewegen, Krieg gegen ein anderes Volk zu führen. Das weiß man aus der Propagandaforschung. Es bedarf der Personalisierung des Bösen, ein Feindbild, eine möglichst leicht und präzise auszuschaltende Gefahr. Personalisierung und Dämonisierung im Kontext von Geopolitik (mit militärischen Mitteln) ist weit verbreitet und auch heute sehr aktuell. Die Kaprizierung auf Osama Bin Laden und einer angeblichen Auslieferungsverweigerung durch die in Afghanistan Verantwortlichen, konnte im Nachgang zum traumatisierenden Terroranschlag 9/11 wirken – wenn man ausblendet, dass Bin Laden wegen genau dieses Anschlags nie gesucht wurde.

Tatsächlich gab es einen internationalen Haftbefehl gegen Osama Bin Laden für ältere Anschläge auf US-amerikanische Botschaften. Für den Einmarsch in Afghanistan fehlte ohne einen spezifischen Haftbefehl für 9/11 jegliche Rechtsgrundlage. Und es sei daran erinnert, dass auch das heute gerne angeführte UNO-Mandat ein nachträgliches war – nämlich nicht die gerne von den USA angeführte Resolution 1368.⁶

Dass Osama Bin Laden gar nicht wegen 9/11 hätte ausgeliefert werden können, spielt(e) in der breiten Berichterstattung keine Rolle. Zum (offiziellen) Tod Osama Bin Ladens Anfang Mai 2011 erwähnt der Journalist und Jurist Heribert Prantl in seinem sehr lesenswerten Beitrag in der *Süddeutschen Zeitung* vom 3. Mai 2011 lediglich, dass Bin Laden mit internationalem Haftbefehl gesucht wurde und moniert, dass eine rechtsstaatliche Überprüfung und Verurteilung nie stattgefunden habe, um eine „Polizeimaßnahme“, wie die gezielte Tötung in Pakistan evtl. zu werten wäre, zu legitimieren.

Es geht hier nicht um eine Unschuld Bin Ladens, aber um den Beibehalt der eigenen rechtsstaatlichen Verfahren und Grundsätze, die im „War on Terror“ schon zu einem Vielfachen verletzt worden sind. Selbst US-Recht, das die Todesstrafe umfasst, setzt

⁵ Vgl. Schiffer, S. 2021: Medienanalyse – ein kritisches Lehrbuch. Westend-Verlag.

⁶ Vgl. Peach, N. 2001: <http://www.ag-friedensforschung.de/themen/Voelkerrecht/gutachten.html>.

ein entsprechendes Urteil voraus. Prantl schreibt zur Erörterung eines anscheinend still angewandten „Feindstrafrechts“:

„Der US-Krieg gegen den Terror ist aber kein Krieg im klassisch völkerrechtlichen Sinn. Die USA haben sich bei ihrem Krieg gegen den Terror auch nie den Regeln des Kriegsvölkerrechts unterworfen. Der Krieg gegen den Terror ist ein US-Krieg eigener Art, auf den die Amerikaner die Regeln des klassischen Rechts nicht anwenden wollen.“⁷

Was Prantl nicht erörtert, ist, welcher der Inhalt des internationalen Haftbefehls war. Kleine Anfragen von Die LINKE im Bundestag offenbarten, dass auch die Bundesregierung wusste, dass Bin Laden nicht wegen 9/11 verfolgt werden konnte – da war auch die US-amerikanische Justiz unabhängig genug, um sich hier nicht vor den Karren des Pentagon spannen zu lassen.

Die Seebestattung von bin Laden – die einzige muslimische Seebestattung, von der ich hörte – hat zur Vernichtung aller DNA-Spuren im Meer geführt. Man muss die Eliminierung Bin Ladens am 1. Mai 2011 nicht anzweifeln, um dennoch die Frage zu stellen, warum man ab nun auf ihn als Propagandamittel verzichten wollte – denn er spielte eigentlich schon lange keine Rolle mehr im Konflikt. Es gab zudem immer wieder Gerüchte, dass er als nierenkranker und dialysepflichtiger Patient sowieso nicht die Verstecke in den Höhlen Tora Boras hatte überleben können. Aber aus medienwissenschaftlicher Sicht bzw. Sicht der Propagandaforschung stellt sich die Frage andersherum: Warum braucht man bin Laden ab jetzt nicht mehr? Ab dem 1. Mai 2011 ist er nun endgültig für tot erklärt. Was hat sich seither diskursiv verändert? Von Medienseite sind vermutlich keine weiteren Recherchen zu erwarten.

Auch Strategiepapiere sind kein dominantes Medienthema. Weder das PNAC-Paper des „Project of a New American Century“, die Ausführungen des Präsidenten-Beraters Zbigniew Brzezinski zur „Pivot-Area“ und der zentralen Rolle, die Afghanistan zukommt, wenn man die Welt als Schachbrett und die eigene Geopolitik als legitim betrachtet. Die Personalverknüpfung zwischen den strategischen Denkern neuer US-amerikanischer Größe und Weltherrschaft – in persona Dick Cheney, Paul Wolfowitz und Donald Rumsfeld – mag manche dazu verleitet haben, diese Strategen des „War on Terror“ als Hintermänner hinter den Anschlägen vom 11. September 2001 zu vermuten. Dabei ist – wie immer in der Geschichte – zwischen einem Grund und einem Anlass für Kriegshandlungen zu unterscheiden. 9/11 mag nicht der Grund für den Marsch nach Afghanistan gewesen sein, aber als Anlass konnte man es gut gebrauchen.

Exkurs: 9/11 und 9/09

Das heißt nicht, dass bezüglich 9/11 alles aufgeklärt wäre, welcher Art die Verschwörung zur Durchführung eines solch perfiden Terroraktes genau war. Eine

⁷ <https://www.sueddeutsche.de/politik/us-kommandoaktion-gegen-osama-bin-laden-das-toeten-eines-feindes-1.1092300>

Verschwörung war es, denn es war ja ganz offensichtlich kein Einzeltäter. Interessant ist in dem Zusammenhang nicht nur, dass man mittels dem Label „Verschwörungstheorie“ journalistische Recherchen per se unter Verdacht stellt, sondern auch, dass Medien – die das jahrzehntelang mittrugen – hin und wieder selbst mit der Klärung eines Missing Link in der „offiziellen Darstellung“ des Anschlagshergangs aufwarten. So wiederholte das ZDF einem Beitrag von 2016 über den Wissenschaftler Frank Greening, der die vielfach gehörten Explosionsgeräusche vor dem Zusammensturz der Türme zu erklären sucht.⁸ Seine These lautet: schmelzendes Aluminium explodiert, wenn es mit Wasser in Berührung kommt. Und Wasser stamme aus den Sprengelanlagen im World Trade Center, das Aluminium aus den Flugzeugen, die in den beiden Türmen verbrannt sind. Soweit, so plausibel – zumindest für mich Laien. Erstaunlich für mich als Medienbeobachterin ist aber, dass das ZDF nach langen Jahren von einer „Erklärungslücke“ gesprochen hat, während es – wie die meisten Medien zuvor – jede kritische Nachfrage zu Plausibilitätslücken im bekannten Narrativ sofort als Verschwörungstheorie brandmarkten. Damit hätte das öffentlich-rechtliche zweite TV-Programm zudem eine weitere Erklärungslücke aufgemacht: den Zusammensturz des dritten Turms WTC7, in den kein Flugzeug geflogen ist.

An dieser Stelle möchte ich ausdrücklich davor warnen, sich jetzt zu Phantasien und Theorien hinreißen zu lassen. Die Erklärungslücken sind ja nicht durch Journalisten, die ihren Job machen, zu schließen, sondern von denen, die behaupten, sie wüssten wie alles war und könnten es lückenlos erklären.

Ein Ereignis vom 9. September 2001 ist mit Blick auf den Krieg in Afghanistan noch wichtig und im Windschatten von 9/11 weitestgehend aus dem Blick geraten. Auch wenn die Rolle Ahmad Shah Massouds idealisiert werden könnte, so scheint mir sein Tod zwei Tage vor den Anschlägen vom 11. September durchaus relevant zu sein. Wenn ich, wie zuletzt am 1. September 2021 auf *Telepolis*⁹ die Frage stelle „Wer tötete Ahmad Shah Massoud?“, dann heißt das übersetzt: Was wäre mit ihm anders gewesen? Als langjähriger Verbündeter der USA hätte man ihn kaum übergehen können. Hätte es den Krieg so geben können? Wäre Hamid Karsai¹⁰ als afghanischer Präsident vorstellbar gewesen? Der Journalist und langjährige Al-Jazeera Korrespondent Aktham Suliman beschreibt sehr lesenswert in seinem Buch „Krieg und Chaos in Nahost – eine arabische Sicht“, wie Hamid Karsai sich plötzlich aus dem Nichts via Telefon-Call direkt aus Tora Bora auf der entscheidenden Petersberger Afghanistan-Konferenz ins Gespräch brachte.

Unabhängig von noch ungeklärten Details rund um 9/11 bleibt festzuhalten, dass eine Instrumentalisierung des Schocks und der Angst stattgefunden hat – ein aus der Geschichte bekanntes Phänomen und von Naomi Klein in ihrem Buch „Die

⁸ <https://presseportal.zdf.de/pressemitteilung/mitteilung/geheim-explosionen-in-den-zwillingstuermen-neue-zdinfo-doku-zu-den-verschwörungstheorien-um-den-11-september-2001>; vgl. Smithsonian Channel <https://www.youtube.com/watch?v=vzInIjD6nKw>

⁹ <https://www.heise.de/tp/features/Wer-toetete-Ahmad-Schah-Massoud-6178863.html?seite=all>

¹⁰ <https://www.corpwatch.org/article/usa-unocal-advisor-named-representative-afghanistan>

Schockstrategie“ beschrieben – und uns die Kriege in Afghanistan und arabischen Ländern, wie den Irak, verkauft hat.

Die offiziellen Kriegsgründe lösen sich in Luft auf – der Krieg geht weiter

Nach dem 1. Mai 2011 wird der Krieg in Afghanistan noch 10 Jahre ohne den vermeintlichen Kriegsgrund Osama bin Laden weitergeführt. Dafür war ein Ereignis aus dem Jahre zuvor entscheidend, das quasi den Gipfel der Kriegspropaganda darstellt. Denn es ist im Sommer 2010 etwas Störendes für die protestfreie Fortführung des Afghanistan-Krieges passiert – das aus heutiger Sicht ein weiteres wichtiges Licht auf die widerrechtliche Internierung von Julian Assange wirft.

Denn nicht erst 2019, wie der *Spiegel* in seinem Beitrag „Der Krieg und die Lügen“ richtig berichtet, wird bekannt, dass die US-Regierung den Krieg beschönigte. Die *Washington Post* hatte erfolgreich auf die Herausgabe der sog. „Afghanistan Papers“ geklagt, auf die der *Spiegel* Bezug nimmt. Aber über die Kriegsverbrechen und die Kriegswirtschaft durch die ISAF-Truppen in Afghanistan erfuhren wir bereits Ende Juli 2010 durch *Wikileaks*.

Die Plattform veröffentlichte das sog. „Afghan War Diary“. Die Dokumente belegten die Förderung von Korruption, Opiumanbau und Prostitution als Folge der Kriegswirtschaft im Rahmen der Militärintervention, wodurch die Glaubwürdigkeit der ISAF-Truppen unterminiert und ein Abzug erörtert wurde. Die Debatte über einen möglichen Truppenabzug wurde Anfang August 2010, knapp zwei Wochen nach dem Leak, jäh beendet; durch den Covertitel des US-amerikanischen *Time*-Magazin vom 6. August, der um die Welt ging und tagelang die Berichterstattung bestimmte. Wie Claus Kleber im *ZDF heute-journal* am Tag darauf richtig bemerkte, stimmte der Suggestivtext neben dem Foto der Frau mit der abgeschlagenen Nase (und Ohren) nicht, denn die Verunstaltung war passiert, während „unsere Truppen in Afghanistan“ waren.

The screenshot shows the ARD.de website interface from August 7, 2011. The main headline is "Verstümmelte Afghanin erschüttert USA" (Mutilated Afghan woman shocks USA). The article text states: "Der Mord an Mitarbeitern einer Hilfsorganisation in Afghanistan hat auch in den USA heftige Reaktionen ausgelöst. Zumal die US-Amerikaner noch über das Titelbild des 'Time Magazine' diskutieren: eine junge afghanische Frau. Die Taliban hatten der 18-Jährigen die Nase und Ohren abgeschnitten." Below the text is a video player with a play button and the title "What Happens if We Leave Afghanistan" by Arlyn Baker. The video description reads: "Schicksal der verstümmelten Frau entfacht die Afghanistan-Debatte neu an, tagesthemen (Udo Lielschikies, ARD Washington)". The website layout includes a navigation bar at the top, a search bar, and various news categories on the left and right sides.

ARD 7. August 2011

Als das Foto der verstümmelten Afghanin Bibi Aisha auf dem Cover *Time*-Magazin erschien, war dieses bereits ein Jahr alt, fotografiert von Aryn Baker.¹¹ Nach seinem Erscheinen und der Verbreitung in den Nachrichten weltweit verstummte die Debatte über einen Truppenabzug und wurde durch die einsetzende Diskussion über die Situation von Frauen in Afghanistan überblendet.

Der Ehemann der Fotografin, der in Afghanistan Hilfsprojekte koordinierte, profitierte direkt von der Veröffentlichung, denn die Debatte um den Truppenabzug hatte das Spendenaufkommen drastisch einbrechen lassen. Nun erholte sich die Spendenbereitschaft wieder. Aus medienwissenschaftlicher Sicht handelte es sich hier um eine „instrumentelle Aktualisierung“ (Kepplinger), wobei ein Fakt zu einem bestimmten Zeitpunkt und in einem bestimmten Kontext aktualisiert und damit instrumentalisiert wird, weil es dadurch einen intendierten Zweck erfüllt.

Selbst bei Kenntnis solcher Strategien, die auf „humanitäre Intervention“ angeblich für Frauenrechte setzen und damit für Kriegseinsätze werben, ist es in einem solch emotionalen Moment schwierig einen nüchternen Blick zu wahren. Und die Strategie war bekannt, als Szenario-Papier der CIA – das sog. „Red Cell Paper“, das ebenfalls *Wikileaks* veröffentlicht hatte.



In dem Szenario erdachte man die Strategie, auf Frauenschicksale hinzuweisen, falls die Ablehnung des Afghanistan-Krieges vor allem in Deutschland und Frankreich, den führenden europäischen Ländern, in offene Ablehnung umschlagen würde. Stichwort „humanitäre Intervention“. Darüber berichtet hatte u.a. der WDR und die Strategie wurde auch auf der Website der *ARD-Tagesschau* beschrieben – im April 2010.

¹¹ <https://www.hintergrund.de/medien/bibi-aisha-die-propaganda-luege-von-dem-angeblichen-talibanverbrechen>

14.08.2010 ARD.de®

ARD Home Nachrichten Sport Börse Ratgeber Wissen Kultur Kinder ARD Intern Fernsehen Radio ARD Mediathek

tagesschau.de Die Nachrichten der ARD Kontakt
Hilfe
Impressum

Suchbegriff

Startseite
Inland
Ausland
EU
London Calling
Zwischen Mittelmeer und Jordan
Afrika, Afrika!
Dossiers
Wirtschaft
Regional
Wahlarchiv
Wetter

Multimedia
Livestream tagesschau 17:00 Uhr
tagesschau24
Letzte Sendung tagesschau 15:00 Uhr
tagesschau 20:00

Weltatlas

Nach wachsender Kritik am Einsatz
CIA entwirft Afghanistan-PR für Deutschland

Nachdem erneut vier Bundeswehrsoldaten in Afghanistan getötet wurden, schwindet in Deutschland der Rückhalt für den Einsatz. Dem wollte die CIA mit einer PR-Strategie entgegenwirken - diskret, natürlich. Doch plötzlich stand das Konzept im Internet.

Von Ralph Sina, WDR-Hörfunkstudio Washington

Die CIA hat die Situation kommen sehen: Deutschland habe lange darauf gebaut, dass sich der Widerstand der Bevölkerung gegen einen verstärkten Afghanistan-Einsatz der Bundeswehr in Grenzen halte. Doch angesichts steigender Zahlen getöteter deutscher Soldaten in Nordafghanistan drohe die Gleichgültigkeit der deutschen Bevölkerung bis zum Sommer in offene Feindseligkeit gegen den Stationierungsbeschluss der Bundesregierung umzuschlagen, heißt es in einer Prognose des amerikanischen Auslandsgeheimdienstes. Der jüngste Anschlag auf die deutschen Soldaten wird eine heftige Diskussion in Deutschland auslösen, darin sind sich Amerikas Afghanistanexperten in den Medien und Geheimdiensten einig.

Die Strategie war geheim...

Um eine speziell auf Deutschland zugeschnittene Public Relation-Strategie für den Afghanistan-Krieg zu entwerfen, wurde die so genannte CIA Red Cell, die Rote Zelle des amerikanischen Auslandsgeheimdienstes, aktiv. Diese Zelle ist für unkonventionelle Lösungsansätze zuständig. Zusammen mit einem



Nachrichten-Weltatlas



USA
Landkarte, weitere Nachrichten aus der Region und viele Hintergrundinformationen. [Flash|HTML]

Korrespondent



Ralph Sina, WDR

Audio
PR-Strategie der CIA gegen wachsende Kritik am Afghanistan-Einsatz [Ralph Sina, ...]

Auch, wenn es sich hier nicht um die CIA als Akteur hinter der Veröffentlichung handelte, die Strategie hätte erkennbar sein müssen – sie wurde zudem schon in anderen Krisenregionen eingesetzt und man kann davon ausgehen, dass es nie um die Frauen oder die Soldaten geht, wenn eingefordert wird, diese nicht im Stich zu lassen. Anscheinend ist nicht nur das Wählergedächtnis, sondern auch das vieler Journalisten sehr kurz – denn auch beim überstürzten Abzug der Truppen aus Afghanistan ganze 10 Jahre später wurde wieder der Frame des „Im-Stich-Lassens“ bemüht, als es um die Zustimmung für einen Bundeswehreinsatz für Evakuierungen ging; Evakuierungen, die Monate zuvor bereits von der Fraktion Die LINKE im Bundestag gefordert worden waren.

Wer die Entwicklungen hin zu einer zugespitzten Situation nicht in den Blick nimmt, betreibt im Grunde ständig Werbung für Krieg als letztes Mittel – um am Ende doch mit denen zu verhandeln, mit denen man zuvor nicht sprechen wollte; wer auch immer diese eventuell noch gezielt gefördert oder aufgebaut haben könnte.

Für Frauenrechte in den Krieg – wer's glaubt...

Dass für Frauen(rechte) in den Krieg gezogen wird, ist eine der modernen Kriegslügen, die ein lange gepflegtes Feindbild Islam ausschöpfen können. Die Bundeswehrzeitschrift „Zur Sache“ liefert ein weiteres Beispiel aus dem Jahre 2010 dafür – ein Foto, dessen visuelles Framing eine Gegenüberstellung von Burkaträgerinnen im Hintergrund und einer leicht bekleideten Barbiepuppe im Vordergrund zeigt.



Warum ausgerechnet Afghanistan?

aus: Soldaten-Magazin der ev. Bundeswehr-Seelsorge: „Zur Sache BW“ Nr. 17/2010¹²

Der Interviewte dieses Artikels von 2010, den das symbolträchtige Bild begleitet, ist Winfried Nachtwei, MdB a.D. der Grünen, die uns in den Balkankrieg geführt haben.

Auch *Amnesty International* arbeitet mit der gleichen Strategie, siehe hier zwei Beispiele der US-Sektion von AI während der NATO-Konferenz in Chicago 2012.



Mit Frauen und Kindern, die immer die ersten Opfer von Krisen und Kriegen sind, für Kriegseinsätze zu werben, ist an Menschenverachtung kaum noch zu überbieten. Erlischt das Interesse an der Region, sind auch die unterdrückten Frauen schnell wieder aus dem Blick (vgl. z.B. die instrumentelle Aktualisierung der Yesidinnen) –

¹² <https://www.bundeswehr.de/de/betreuung-fuersorge/militaerseelsorge/evangelische-militaerseelsorge/unser-angebot/publikationen>

das ist ein weltweites Problem und verrät die Perfidie der Strategen, die im wahrsten Sinne des Wortes über Leichen gehen.

Nur in einer solchen Logik ist die Beförderungspraxis der Bundes“wehr“ zu verstehen, die einst als Verteidigungsarmee angetreten ist – so jedenfalls hatte Major Florian Pfaff seinen Eid verstanden und deshalb den Dienst verweigert, als er dem Krieg im Irak zuarbeiten sollte. Seiner Nichtbeförderung („General werde ich sicher nicht mehr“)¹³ steht auffallend die Beförderung von Oberst Georg Klein zum Brigadegeneral¹⁴ gegenüber, der für die Tötung von Zivilisten, vorwiegend Kinder, durch einen vorschnellen und falschen Befehl verantwortlich zeichnet.

Wenn Medien die Kriegslügen unkritisch kolportieren, dann mag das daran liegen, dass man nicht geschult darin ist PR-Strategien zu erkennen, oder dass man selbst evtl. Teil eines Think-Tanks ist, wie es der Medienwissenschaftler Uwe Krüger in seiner Dissertation nachwies.¹⁵ Auch fehlt oft Wissen darüber, dass Leaks natürlich auch strategisch gelauncht werden können, die nicht der Aufklärung, sondern der Propaganda dienen. Das gehört in den Schulunterricht ebenso, wie in die Journalistenausbildung. Und die Rolle von Think Tanks bei der Beeinflussung der politischen wie der Medien-Agenda muss mehr ins allgemeine Bewusstsein rücken, um die manchmal auffallende Einhelligkeit in der Berichterstattung besser einordnen zu können. Denn ein besonders zentrales Element von Propaganda ist, dass die gleiche Botschaft auf möglichst allen Kanälen verbreitet wird – denn Wiederholen ist Überzeugen¹⁶; nicht die Wahrheit.

Faktoren, die zur Vereinheitlichung in den Medien(diskursen) beitragen

- Angesehene Nachrichtenagenturen, deren Meldungen von vielen Medien aufgegriffen werden – zentral in Deutschland die *dpa* – zeichnen besonders verantwortlich für Vereinheitlichungstendenzen bei der Themen-Agenda, Wording und Framing.
- Netzwerke von sehr einflussreichen Journalisten, die in bestimmten Bündnissen tätig sind und teilweise sogar Reden schreiben für Politiker, die sie später in ihren Medien kommentieren – ohne sich als Verantwortlicher für die Rede zu outen.¹⁷

¹³ <https://taz.de/Nominierte-2006-Florian-Pfaff-/!117927>

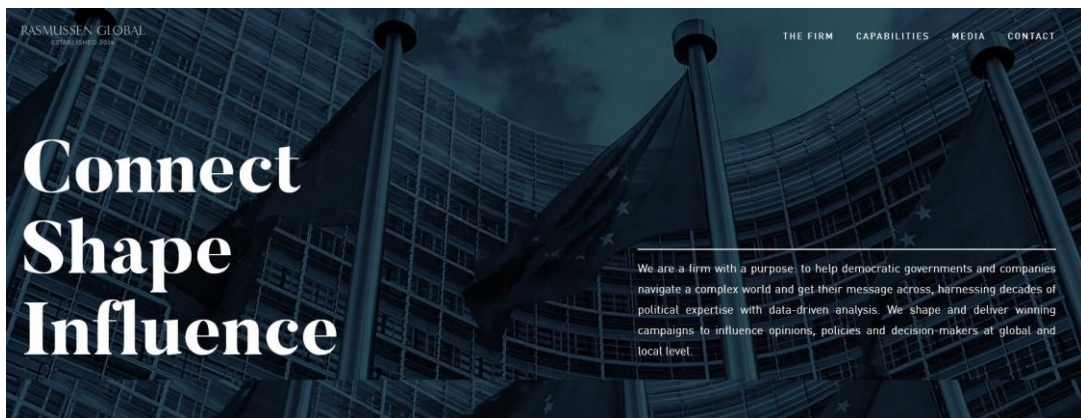
¹⁴ <https://www.spiegel.de/politik/deutschland/bundeswehr-oberst-georg-klein-zum-brigadegeneral-befoerdert-a-892278.html>

¹⁵ <https://katalog.ub.uni-leipzig.de/Record/0-1665643072>

¹⁶ ... und hier erst kommt Social Media und die algorithmisch gesteuerte Kommunikation im Internet zum Tragen; zumindest dort, wo nicht die Facebook-App der einzige Zugang zum Internet ist.

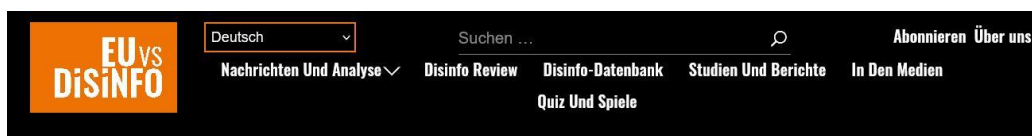
¹⁷ Vgl. Reden verschiedener Politiker auf der sog. Münchener „Sicherheitskonferenz“... (s. ZDF-Anstalt 2015, die sich auf die Netzwerk-Recherchen von Uwe Krüger bezog: https://www.youtube.com/watch?v=y_bmegfMyVI)

- PR-Input in politische und Medien-Diskurse durch Medienberater, Spin-Doktoren und Think Tanks. Siehe z.B. ...
- o Rasmussen Global – Political Consultancy



Anders Fogh Rasmussen war der dänische Ministerpräsident, der während des sog. Mohammed-Karikaturenstreits 2005/2006 eine wichtige Rolle spielte, durchaus strategisch im Sinne dänischer Öl-Interessen...¹⁸ Nach seinem Amt als Generalsekretär der NATO, betreibt er u.a. diesen eigenen Think Tank in Brüssel.

- o East StratCom Task Force



ÜBER UNS

Diese Webseite gehört zu einer Kampagne, die darauf abzielt, krefreundliche Desinformation besser vorherzusagen, ihr entgegenzuwirken und auf sie zu antworten. Die "EU vsDisinformation" Kampagne wird von der East StratCom Task Force im Europäischen Auswärtigen Dienst durchgeführt. Die Task Force wurde gegründet, nachdem die EU Staats- und Regierungschefs die Notwendigkeit betonten, Russlands laufenden Desinformationskampagnen entgegenzuwirken.

Dies stellt ein Joint Venture zwischen EU-Kommission und NATO dar. Immer, wenn das Signalwort „russische Desinformation“ irgendwo in der Berichterstattung auftaucht, sollte man prüfen, ob diese Initiative gegen „Desinformation“ involviert ist; evtl. durch Briefing-Termine, die auf der Website gelistet sind und zu denen nur in Brüssel akkreditierte Journalisten Zugang haben, oder Pressemitteilungen oder eben Einträge auf dem hier gezeigten Blog.

Oder man liest direkt bei der entsprechenden NATO-Stabsstelle nach:

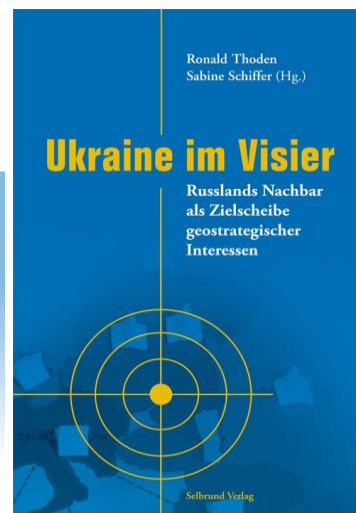
<https://stratcomcoe.org>

¹⁸ Siehe dazu: Schiffer S./Gleißner, X. (2008): „Das Bild des Propheten.“ In: Paul, G. (Hg.): Das Jahrhundert der Bilder, Bd.2, Vandenhoeck & Ruprecht: S. 750-759-

NATO StratCom COE opens the call for scenarios “Beyond information influence”

Strategische Kommunikation ist PR, weshalb diese Stellen Journalisten auch nicht über Desinformation aufklären können.¹⁹

Wie der Sonderbeauftragte für Folter der UNO, Nils Melzer, richtig vermutet, dürfte das erkennbare Ziel, an Julian Assange ein Exempel zu statuieren, damit begründet sein, dass dieser störte und in Freiheit weiter stören würde. Er hält sich nicht an Tabus, Blattlinien und einen unausgesprochenen, aber spürbaren Mainstream. Wenn es den PR-Strategen gelingt, dass sich Medien in „die Guten“ und „die Bösen“ einteilen lassen, wie man am aktuellen Diskurs über „alternative Medien“ bereits ablesen kann, dann schwächt man kritische Analysen und störende Recherchen insgesamt.²⁰ Das sollten allen klar sein, die aktuell glauben, auf der „richtigen Seite“ zu stehen.



¹⁹ Mehr vom IMV: <https://medien-meinungen.de/2021/10/wie-eu-und-nato-gegen-desinformation-vorgehen/>; <https://krass-und-konkret.de/medien-kultur/sabine-schiffer-zeigen-und-ausblenden/desinformation-ueber-desinformatio>

²⁰ <https://www.freidenker.org/?p=11929>; <https://www.heise.de/tp/features/Gute-Presseschlechte-Presseschlechte-6060237.html?seite=all>