

Dr. Hauke Ritz: Die Strategie der Informationskriegsführung – und was sie für die Zukunft der europäischen Kultur langfristig bedeutet

Vortrag auf der Konferenz "Image Russland - Mythen und Realität"

Bonn, 10.09.2014 (1)

Heute werde ich über Informationskriegsführung sprechen. Mein Vortrag wird davon handeln, wie eine neuartige militärische Strategie, nämlich die Informationskriegsführung, unsere heutige Welt verändert hat. Dabei werde ich auch auf die kulturellen Folgen dieser neuartigen Militärstrategie eingehen. Und ich werde versuchen zu zeigen, wie sich all dies exemplarisch am Beispiel der gegenwärtigen Ukraine-Krise beobachten lässt.

Wir spüren ja in gewisser Weise alle, dass mit der Russlandberichterstattung in diesem Land etwas nicht stimmt. Die Berichterstattung über Russland in den deutschen Zeitungen, Radio- und Fernsehsendern ist keine, die den Eindruck erweckt, als sei sie aus den unabhängigen Recherchen und den freien Gewissensentscheidungen vieler einzelner Redakteure hervorgegangen. Denn wie sollte es sonst möglich sein, dass immer dieselben Argumentationsketten verwendet werden und dieselben Sprachregelungen und Begrifflichkeiten in den verschiedensten Beiträgen ganz unterschiedlicher Medien auftauchen. In den letzten Tagen war beispielsweise die Sprachregelung zu beobachten, Putin und die islamistische Terrororganisation IS in einem Satz zu erwähnen, so als ob es sich dabei um vergleichbare Phänomene handeln würde. Etwa in der Wochenzeitschrift „DIE ZEIT“, wo ein Leitartikel von Joseph Joffe mit dem Untertitel versehen war: „Putin und die IS stoßen in ein Vakuum vor und Obama gibt dies auch noch zu.“ ¹

Eine ähnliche Vereinheitlichung der Berichterstattung beobachten wir auch, wenn es um Weglassungen geht, also um wichtige Nachrichten und Ereignisse, über die in der deutschen Presse gar nicht oder nur unzureichend berichtet wird. Die Aufarbeitung der Schüsse auf dem Kiewer Maidan vom 20. Februar 2014 ist hierfür ein Beispiel. Auch die genaue Untersuchung des Brandes des Gewerkschaftshauses in Odessa vom 2. Mai 2014 ist hier zu nennen. Und natürlich die Aufarbeitung des Absturzes von Flug MH 17. Über alle drei Ereignisse wurde so lange intensiv berichtet, solange gesicherte Kenntnisse noch nicht vorlagen und es deshalb relativ leicht fiel, Russland die Schuld an ihnen zu geben. Doch sobald die ersten Widersprüche auftauchten, sobald das offizielle Narrativ von der Schuld Russlands Risse bekam, verschwand das Thema entweder stillschweigend aus der Presse oder aber die Berichterstattung wurde sehr einseitig. So wurden z.B. viele der Einwände, die nach dem Absturz von MH 17 von pensionierten Militär-, Geheimdienstmitarbeitern oder auch Piloten im Internet publik gemacht wurden, von der etablierten Presse fast vollständig ignoriert.

Neben Weglassungen und sprachlicher Vereinheitlichung gibt es ein weiteres Merkmal, das die deutsche und letztlich die gesamte westliche Presse in unseren Tagen kennzeichnet. Und das ist die allgemeine Hysterie, von der ihre Berichterstattung getragen wird. Dem Mangel an Analyse entspricht ein Übermaß an Emotion. Besonders deutlich wird dies wiederum an katastrophalen Ereignissen, die zugleich Schlüsselergebnisse sind, wie eben der Absturz von Flug MH 17. Denn wenn in einem solchen Moment unmittelbar nach der Katastrophe, zu einem Zeitpunkt, da die einzige Gewissheit der Tod vieler unschuldiger Menschen ist, aber man ansonsten kaum etwas

weiß, die Mehrzahl der Zeitungsredakteure, der Nachrichtenmoderatoren und mit ihnen viele Politiker scheinbar synchron mit dem Finger auf Moskau zeigen, dann bleibt diese Anschuldigung in den Köpfen der Fernsehzuschauer haften. Sie bleibt deshalb haften, weil unser Gehirn nun einmal so strukturiert ist, dass wir uns Sachverhalte umso eher merken, je mehr sie mit starken Gefühlen verbunden sind. Und der Schrecken im Angesicht einer Katastrophe wie dem Absturz einer Passagiermaschine ist eine besonders starke Emotion, die daher auch starke Eindrücke hinterlässt.

Wenn dann einige Wochen später, nachdem der Schreckmoment längst verebt ist, Zweifel an dieser Schuldzuweisung auftauchen und vielleicht sogar die eine oder andere Zeitung vorsichtig eine relativierende Aussage abdruckt, dann wird diese Information kaum noch von jemandem wahrgenommen. Sie wird nicht mehr im gleichen Maße erinnert wie die Schuldzuweisung im Moment der unmittelbaren Betroffenheit. Mit anderen Worten, wir haben es heute in den westlichen Ländern und neuerdings vereinzelt auch in Russland mit Medien zu tun, die den Schwächen der menschlichen Psyche nicht etwa entgegenwirken, sondern sie nutzen. Die den Augenblick des Schreckens, wenn Menschen besonders empfänglich sind für äußere Eindrücke, nicht respektieren und mit Zurückhaltung begegnen, sondern ausbeuten. Zwar ist nicht immer klar, wie bewusst diese Manipulation im Einzelfall erfolgt. Doch dass hier insgesamt ein manipulatives Muster der Berichterstattung vorliegt, ist offensichtlich. 2

Nun leben wir innerhalb der westlichen Welt in republikanisch verfassten Staaten. Diese besitzen hochentwickelte Rechtssysteme. In diesen ist die Freiheit und Unabhängigkeit der Presse garantiert. So findet sich beispielsweise im deutschen Grundgesetz in Artikel 5 der Satz: „Eine Zensur findet nicht statt.“ Doch wenn eine Zensur nicht stattfinden soll und die Rechtslage in dieser Hinsicht eindeutig ist, warum haben wir es dann trotzdem mit einer Medienkultur wie der eben beschriebenen zu tun?

Wie alles begann - der Vietnamkrieg

Der Ursprünge dieser Entwicklung reichen weit zurück. Man könnte in diesem Zusammenhang bis in die Antike zurückgehen und dort, etwa in Reden einzelner Politiker, die Anfänge der Kriegspropaganda aufdecken. In der jüngeren Geschichte ist der Krimkrieg Mitte des 19. Jahrhunderts ein oft zitiertes Beispiel für das Aufkommen moderner Kriegspropaganda. Doch im begrenzten zeitlichen Rahmen dieses Vortrags möchte ich mich auf einen entscheidenden Einschnitt jüngeren Datums beziehen, nämlich den Vietnamkrieg.

Die Niederlage in Vietnam bedeutete für die USA eine enorme Demütigung. Die Frage warum und wieso es hat geschehen können, dass die führende Supermacht von einem kleinen Volk von Reisbauern besiegt wurde, beschäftigte große Teile der konservativen Elite der USA während der gesamten 70er Jahre. Bald setzte sich die Sichtweise durch, dass man den Krieg gegen Nordvietnam eigentlich gewonnen hätte. Man hätte ihn zumindest auf dem Felde gewonnen, wenn nur nicht in der eigenen Bevölkerung die Unterstützung für den Krieg weggebrochen wäre. So kamen große Teile der US-amerikanischen Eliten schließlich zu dem Schluss, dass der Vietnamkrieg vor allem durch die Berichterstattung in den Medien verloren wurde. Doch mit dieser Diagnose wurde zugleich eine gefährliche Therapie nahegelegt. Denn im Umkehrschluss bedeutet dies, dass jeder zukünftige Krieg, um gewonnen zu werden, auch von einer ausgeklügelten Medienstrategie begleitet werden musste. Von nun an war es notwendig, einen Krieg nicht nur regulär an der Front, sondern auch an der

Heimatfront zu gewinnen. Auf diese Weise kam es zur Militarisierung just jener Institutionen, die im Zentrum jeder republikanisch verfassten Gesellschaftsordnung stehen: der Militarisierung der Medien.

Nach der Niederlage in Vietnam dauerte es 16 Jahre, ehe die USA wieder in einen Konflikt mit einer großen Anzahl eigener Soldaten eingriffen. Erst im Zuge des Golfkriegs von 1991, der auch als der zweite Golfkrieg bezeichnet wird, war es wieder soweit. Doch der zweite Golfkrieg von 1991 wurde als groß angelegtes Medienspektakel geplant und durchgeführt. Eingeleitet wurde die Invasion des Irak durch ein hoch dramatisches Ereignis – ein Vorfall, der kaum jemanden unberührt ließ, der damals davon hörte. Irakische Soldaten sollten angeblich in Kuwait City in einem Krankenhaus frühgeborene Babys aus ihren Brutkästen gerissen und auf den Fußboden geschleudert haben. Der Gegensatz von animalischer Brutalität und hilfloser Menschlichkeit, den diese Nachricht transportierte, hätte größer kaum sein können. Die Krankenschwester, die über diesen Vorfall vor dem US-Kongress aussagte, stellte sich später als Tochter des kuwaitischen Botschafters in den USA heraus. Sie hatte zu keinem Zeitpunkt in dem betreffenden Krankenhaus gearbeitet. Die Presseagentur Hill & Knowlton hatte sich den Vorfall ausgedacht, um die US-amerikanische Öffentlichkeit von der Notwendigkeit eines Krieges gegen den Irak zu überzeugen.

So wie es begann, setzte es sich fort. Die Journalisten, die das Kriegsgeschehen für die Fernsehzuschauer und Zeitungsleser zusammenfassten, waren – anders als in Vietnam – diesmal so eng in die Armee integriert bzw. eingebettet worden, dass sie fast automatisch deren Perspektive einnahmen und in ihrem Sinne berichteten. Der Fernsehzuschauer konnte die Flugbahnen hoch- präziser Bomben auf dem Bildschirm verfolgen und Geschosse, die wie von Wunderhand durch Fenster und Lüftungsschächte in Gebäude eindrangen und so den Eindruck eines sauberen Krieges mit wenigen zivilen Opfern erzeugten. Saddam Hussein, der Präsident des Landes, gegen das man zu Felde zog, war als ein neuer Hitler ausgemacht worden.

Gemessen an der Medienberichterstattung der Alliierten wirkte der zweite Golfkrieg wie die Verkörperung des gerechten Krieges. Erst längere Zeit nach dem Feldzug wurde dessen dunkle Seite bekannt. Etwa, dass die USA über Saddam Husseins Einmarsch in Kuwait durchaus vorgewarnt waren. Und dass Saddam Hussein durch widersprüchliche Aussagen der US-Botschafterin April Glaspie annehmen musste, die USA würden sich in diesem Konflikt neutral verhalten. Schließlich wurde immer deutlicher, dass die Opfer unter der Zivilbevölkerung viel zahlreicher waren als zugegeben, dass die eingesetzten hochpräzisen Bomben nur einen geringen Teil der insgesamt eingesetzten Bombenlast ausmachten, und dass die aus der Luft erfolgende Massenexekution der aus Kuwait City fliehenden irakischen Soldaten militärisch nicht notwendig gewesen wäre und somit ein Kriegsverbrechen darstellte.

Die Logik der Informationskriegsführung

Der zweite Golfkrieg von 1991 ist nur der erste in einer langen Reihe neuartiger Kriege gewesen. Kriege, in denen der Berichterstattung eine kriegsentscheidende Bedeutung zukommt und die man deshalb in Militärkreisen auch als Informationskriege bezeichnet. Was unterscheidet aber nun einen Informationskrieg von einem herkömmlichen Krieg, in dem ja auch zu fast allen Zeiten immer schon Propagandamittel angewendet wurden?

Ein Informationskrieg zeichnet sich dadurch aus, dass in ihm der Sieg in den Medien tatsächlich wichtiger ist als der Sieg auf dem Feld. Das ist der entscheidende Unterschied zu klassischen Kriegen, die zwar auch Propaganda einsetzen, aber bei denen der Ausgang doch letztlich auf dem Feld entschieden wird. Warum hat sich bei Informationskriegen das Verhältnis umgekehrt? Warum ist in ihm die Propaganda wichtiger als der konventionelle Kriegsverlauf? Das liegt daran, dass der Sieg in den Medien letztlich über die Mobilisierungsfähigkeit entscheidet und damit auch den Ausgang des Konflikts bestimmt. Denn wird ein Krieg nur im Feld gewonnen, nicht aber in den Medien, dann kann durch die Medienberichterstattung relativ leicht eine Gegenmobilisierung eingeleitet werden, die schließlich den rein militärischen Sieg wieder rückgängig macht. Das bedeutet, dass am Ende mit allergrößter Wahrscheinlichkeit jene Partei einen Krieg gewinnt, die ihr Narrativ in den Medien und damit in der allgemeinen Wahrnehmung hat durchsetzen können. Das hat natürlich Konsequenzen für die Rüstung, nämlich die, dass es wichtiger sein kann in einem Informationskrieg einen Betrag X in die Ausarbeitung einer Public Relation Strategie zu investieren, als den gleichen Betrag für konventionelle Waffen auszugeben. Und das wiederum impliziert, dass es sich keine Kriegspartei in einem Informationskrieg leisten kann, nicht Einfluss auf die Medienberichterstattung zu nehmen.

Doch wie muss man sich diese Planung im Einzelnen vorstellen? Im Grunde genommen kommen dabei die gleichen Techniken zum Tragen, die man auch aus der normalen Werbung bzw. der Öffentlichkeitsarbeit kennt. Bei der Einführung eines neuen Produkts werden im Vorfeld genaue Studien über die Konsumgewohnheiten, die Bedürfnisse, Erwartungen und Ängste der Zielgruppe erstellt. Ist die Zielgruppe eine bestimmte Generation, so werden sogar deren Kindheits- und Jugenderinnerungen und weitere Lebenserfahrungen berücksichtigt. Bei der Entwicklung eines Markennamens wird genau darauf geachtet, welche Gedanken und Assoziationen dieser in den Köpfen wachruft. Jeder Begriff, der in einer Werbesendung fällt, ist in seiner Wirkung genau erwogen und kalkuliert. Die in einem Werbeclip auftretenden Personen und die abgebildete Umgebung berücksichtigen unbewusste Sehnsüchte, Erwartungen und Ängste der Zielgruppe und sollen diese möglichst auf einer unbewussten Ebene ansprechen. Steht ein Produkt oder eine Firma in einem schlechten Ruf, so werden aufwendige Werbestrategien entworfen, die entweder die Erinnerung daran umgehen oder aber versuchen sie positiv umzuwerten. Die gleichen Techniken werden im Prinzip auch in einem Informationskrieg eingesetzt. Der Unterschied ist nur der, dass hier nicht ein positives Bild von einem Produkt, sondern ein negatives Bild von einem gegnerischen Land vermittelt werden soll. Auch müssen die Planer von Informationskriegen oft ad hoc auf Ereignisse reagieren. Dennoch gibt es auch in Informationskriegen eine für einen längeren Zeitraum ausgelegte PR-Strategie, die flexibel genug sein muss, um auch die Berichterstattung über spontane Ereignisse in den Krieg einzubinden. Im Falle eines Informationskrieges der USA oder der NATO gegen Russland würde man sicherlich Studien über die Assoziationen, Gefühle und historischen Erinnerungen erstellen, die über Russland in den einzelnen westlichen Gesellschaften und insbesondere in der deutschen Bevölkerung vorhanden sind.

Ich möchte an dieser Stelle einmal gedanklich durchspielen, welche Bilder, Gedankenverknüpfungen und Klischees dies sein und wie sie in einem Informationskrieg verwendet werden könnten. Die meisten Assoziationen und Bilder, die heute über Russland existieren, entstammen zum großen Teil immer noch der Periode des Kalten Krieges. Nur ein relativ kleiner Teil des heutigen Images Russlands – wie zum Beispiel das Bild vom reichen Russen – wurde in den letzten 25 Jahren geprägt. So

existiert z.B. die historische Erinnerung an das militärische Eingreifen der Sowjetunion in Budapest 1956 oder in Prag 1968. Die Bilder von in die Stadt einrollenden Panzern sind im kollektiven Gedächtnis der Bürger westlicher Länder fest verankert. Leicht ließen sich diese Assoziationen erneut wachrufen und in eine Kampagne umwandeln. Auf die aktuelle Situation übertragen würde eine solche Kampagne wahrscheinlich versuchen, die historische Erinnerung an Budapest und Prag mit der Angst vor kommenden Einmärschen Russlands etwa in der Ukraine, im Baltikum oder in Polen zu verknüpfen. Und eine solche Kampagne würde dabei wahrscheinlich verschweigen, wie unwahrscheinlich vor dem Hintergrund militärstrategischer Überlegungen unter heutigen Bedingungen ein solcher Einmarsch wäre. Man würde öffentlich nicht darüber sprechen, wie sehr sich seit dem Kalten Krieg die strategische Gesamtlage verändert hat.

Auch andere historische Erinnerungen aus dem Kalten Krieg ließen sich in einem Informationskrieg leicht gegen Russland mobilisieren. Etwa dass der russische Staat immer noch genauso autokratisch verfasst sei wie einst die Sowjetunion. Dass er wie vormals die UdSSR Expansionsabsichten hege. Dass er gegen Kritiker in den eigenen Reihen immer noch genauso zielgerichtet vorgehe wie in der Breschnew-Ära. Dass Russland ähnlich wie unter Stalin immer noch ein System an Gulags und Straflagern unterhalte. Dass die Presse auch heute noch wie zu Zeiten des Kalten Krieges vollständig zensiert werde und dass russische Medien im Grunde genommen nie etwas anderes als Propaganda berichten könnten usw. usf. Ein Informationskrieg der NATO gegen Russland würde wahrscheinlich versuchen, den Eindruck zu erwecken, dass das heutige Russland immer noch die Sowjetunion sei, dass Russland immer noch eine geschlossene Ideologie vertrete wie einst die UdSSR usw. usf. Kurz, dass Russland sich in den letzten 30 Jahren eigentlich überhaupt nicht geändert habe.

Eine weitere Assoziation zu Russland, die uns aus der Zeit des Kalten Krieges überliefert ist, ist die Gleichsetzung von Faschismus und Sozialismus, die insbesondere durch die im Kalten Krieg auf westlicher Seite popularisierte Totalitarismusthese etabliert worden ist. Auch die Erinnerung an diese Gleichsetzung ließe sich erneut mobilisieren. Durch sie wäre es möglich, Russland aufgrund seiner sozialistischen Vergangenheit eine Nähe zu einer völkischen Ideologie zu unterstellen. Etwa indem man behauptet, die Sezession der Krim von der Ukraine und ihr Anschluss an Russland sei als Teil eines großangelegten völkischen Projekts zu verstehen, vergleichbar dem, das einst das Dritte Reich gegenüber allen deutschsprachigen Gebieten Europas verfolgt habe, etwa gegenüber dem Sudetenland. Dieses Narrativ würde vor allem in Deutschland eine Spannung zur historisch empfundenen Schuld Deutschlands am Zweiten Weltkrieg herstellen. Denn es würde dazu einladen, die Scham über den Zweiten Weltkrieg just auf den rechtlichen Nachfolgestaat der Sowjetunion, nämlich Russland zu projizieren. Und das vor dem Hintergrund, dass die Sowjetunion mit ca. 27 Millionen Toten die größten Opferzahlen im Zweiten Weltkrieg zu verzeichnen hatte. Sicherlich wären nur sehr wenige Deutsche für eine solche fragwürdige Umwertung zugänglich. Dennoch bestände hier ein bedenklicher Widerspruch. 3

Was ich eben beschrieben habe, waren hypothetische Gedanken. Doch sie entsprechen ziemlich genau der realen Berichterstattung über Russland, die wir während der gesamten Ukraine-Krise und auch schon davor in den westlichen Medien beobachten konnten. In der heutigen westlichen Presse wird Russland in der überwiegenden

Mehrzahl der Nachrichtenbeiträge negativ porträtiert. Dabei werden vor allem zwei Strategien verfolgt. Die eine beschreibt Russland mit dem nahezu gleichen Vokabular, das unsere Presse schon von den 1950er bis 1980er Jahren für die Berichterstattung über die Sowjetunion gebrauchte. Und die andere Strategie versucht Russland als einen potentiellen Wiedergänger des Dritten Reiches zu beschreiben, etwa indem die Vereinigung mit der Krim mit der Annexion des Sudetenlandes verglichen wird. Ich will im Folgenden versuchen auf die inneren Widersprüche beider Narrative näher einzugehen.

Das erste Narrativ, dass das heutige Russland als die kontinuierliche Fortsetzung der alten Sowjetunion beschreibt, ist insofern ignorant gegenüber der Wirklichkeit, als dass es in der heutigen Welt kaum ein Land gibt, das sich in den letzten 25 Jahren tiefgreifender verändert hat als Russland. Würde ein heutiger Besucher Moskaus eine Zeitmaschine besteigen und sich auch nur 30 Jahre in die Vergangenheit zurücktransportieren lassen, so würde er den Eindruck gewinnen, sich in einer ganz anderen Welt zu befinden, so groß ist die soziale, kulturelle und auch intellektuelle Transformation, die Russland in den letzten 25 Jahren durchlaufen hat. Auch übersieht das Narrativ von Russland als der alten Sowjetunion, dass die UdSSR in ihrer Spätphase ihrer eigenen politischen Kultur müde geworden war. Dass sie sich deshalb freiwillig aus Osteuropa zurückgezogen, die Wiedervereinigung Deutschlands zugelassen und in Gestalt der Perestroika und später in Form der Liberalisierung der 90er Jahre eine immerhin 15 – 20 Jahre andauernde historische Phase durchlaufen hat, die eine erneute Anknüpfung an sowjetische Traditionen stark erschwert, wenn nicht sogar unmöglich macht. Ein Sachverhalt, den die sogenannten „Russlandexperten“ in unseren Medien kontinuierlich leugnen, wenn sie die 30 bis 40 Jahre alten sowjetischen Schablonen zur Beschreibung der aktuellen Politik verwenden.

Doch noch bössartiger – man muss es leider sagen – ist der Vergleich des heutigen Russlands mit dem Dritten Reich. Denn abgesehen von der fragwürdigen Verdrehung der historischen Erinnerung an den Zweiten Weltkrieg, die mit dieser Argumentation leicht einhergehen kann, wird dabei völlig übersehen, dass Russland sich nie und zu keinem Zeitpunkt seiner Geschichte völkisch definiert hat.

Das russische Imperium war viele Jahrhunderte lang auch deshalb so erfolgreich, weil es die Eliten der besiegten Völker nicht unterwarf, sondern sie zu integrieren verstand. Im Zarenreich war es Georgiern, Ukrainern und sogar Angehörigen von zentralasiatischen Völkern prinzipiell möglich, Karrieren im Staatsapparat zu machen. Und die Sowjetunion baute diese Praxis sogar noch aus. Das berühmteste und wohl auch folgenreichste Beispiel ist Joseph Stalin, der eigentlich Iosif Bessarionis des Dschughaschwili hieß und als Georgier Generalsekretär werden konnte. Auch die eingeborenen Völker Sibiriens fielen nicht, wie etwa in Nordamerika, einem Genozid zum Opfer, sondern haben sich ebenfalls zu großen Teilen mit der russischen Bevölkerung vermischt. Fragt man Russen heute nach ihren Vorfahren, so erhält man nicht selten die Auskunft, diese seien mitunter ukrainischer, armenischer, georgischer, tatarischer, jüdischer, kasachischer und manchmal auch deutscher Abstammung. Ein Großteil der heutigen russischen Bevölkerung ist gemischter Herkunft. Dennoch begreifen sich diese Menschen als russische Staatsbürger. Doch ihre Zugehörigkeit zur russischen Nation wird dabei eben nicht ethnisch, sondern eher kulturell und historisch und manchmal auch politisch begründet. Das Denken in Begriffen ethnischer Zugehörigkeit ist in Russland fremd. Es hat in der Politik noch nie eine

Rolle gespielt und es ist deshalb auch nicht zu erwarten, dass es in Zukunft eine Rolle spielen wird.

Hinzu kommt noch, dass die These von dem völkischen Projekt Russlands im Widerspruch zur allgemeinen politischen Wahrnehmung der vorangegangenen Monate und Jahre steht. Darauf hat kürzlich der US-amerikanische Geostratege John J. Mearsheimer hingewiesen. Mearsheimer schreibt:

„Wenn Putin wirklich der Idee verpflichtet gewesen wäre, ein Großrussland zu schaffen, dann wären Hinweise auf diese Intention mit an Sicherheit grenzender Wahrscheinlichkeit schon vor dem 22. Februar sichtbar geworden. Aber es gibt praktisch keinen Hinweis, dass er entschlossen war, die Krim oder geschweige denn irgendein anderes Territorium der Ukraine vor diesem Datum zu übernehmen. Selbst westliche Politiker, die die NATO-Osterweiterung befürworteten, taten dies nicht, weil sie fürchteten Russland sei auf dem Weg militärische Gewalt anzuwenden.“

Mearsheimer interpretiert dem entsprechend das russische Handeln auf der Krim als eine Reaktion auf den von westlichen Politikern begrüßten und beförderten Sturz Janukowytschs, der eine Regierung an die Macht gebracht hatte, die „durch und durch prowestlich und antirussisch war und vier hochrangige Mitglieder enthielt, die legitimer Weise als Neofaschisten bezeichnet werden dürfen“ 4, so Mearsheimer. Doch weder die eben genannten Besonderheiten der russischen Geschichte noch die Details des Kiewer Umsturzes vom 22. Februar werden von unseren sogenannten „Russlandexperten“ in der deutschen Presse berücksichtigt. Warum werden diese Phänomene ignoriert? Vielleicht deshalb, weil der entscheidende Orientierungspunkt der Arbeit dieser Experten eben nicht die Realität des heutigen Russlands ist, sondern die zum Teil noch aus der Zeit des Kalten Krieges stammenden Assoziationen und Bilder im Bewusstsein der Westeuropäer. Wenn aber deren Spiegelung, deren Verstärkung und deren erneute Implementierung das eigentliche Aufgabenfeld unserer auf Russland spezialisierten Journalisten ist, dann müssen wir wirklich davon ausgehen, dass die USA bzw. die NATO einen Informationskrieg gegen Russland führt. Doch wer im Einzelnen führt diesen Informationskrieg? Wer sind die Soldaten in diesem Krieg?

Was wir heute über Informationskriegsführung wissen

Der Wissenschaftler Jörg Becker und die Publizistin Mira Beham haben in Ihrem Buch „Operation Balkan – Werbung für Krieg und Tod“ 5 den Jugoslawienkrieg als Informationskrieg erforscht. Dabei haben sie eine faszinierende Quelle erschlossen. Es gibt nämlich in den USA ein aus den 1930er Jahren stammendes Gesetz, den sogenannten „Foreign Agents Registration Act“, zu Deutsch „Gesetz zur Registrierung ausländischer Agenten“. Dieses Gesetz wurde als Reaktion auf die Außenpolitik des nationalsozialistischen Deutschlands erlassen. Das Dritte Reich hatte nämlich schon vor dem Krieg versucht, seine Ideologie über deutsche Einwanderer auch in den USA zu verbreiten. Da man in Washington insbesondere fürchtete, die NS-Regierung könnte zu diesem Zweck US-amerikanische Presseagenturen beauftragen, erließ man das erwähnte Gesetz. Indem es vorschrieb, dass jede Presseagentur, die in den USA tätig ist und mit einer ausländischen Regierung einen Vertrag abgeschlossen hat, diesen in einer speziellen Abteilung des Justizministeriums hinterlegen muss, war sichergestellt, dass die US-Regierung über die Propagandaaktivitäten Berlins in den USA genauestens im Bilde war. Die Akten, die so entstanden, werden nach den Anfangsbuchstaben des Gesetzes FARA-Akten genannt. In ihnen wird bis

heute dokumentiert, welche Länder seit den 1930er Jahren Verträge mit US-amerikanischen Presseagenturen abgeschlossen haben.

Jörg Becker und Mira Beham haben diese FARA-Akten in Bezug auf den Jugoslawienkrieg untersucht und dabei festgestellt, dass zwischen 1991 und 2002 tatsächlich 157 amerikanische Presseagenturen von den verschiedenen Republiken oder Regionen Jugoslawiens beauftragt worden waren. Man muss sich diese Zahl in ihrer Größenordnung bewusst machen. 157 US-amerikanische Presseagenturen haben den Jugoslawienkrieg durch die Erarbeitung von Public Relation Strategien begleitet. Dabei ergab sich ein ganz klares Übergewicht der gegen Serbien bzw. gegen den Erhalt der Republik Jugoslawien agierenden Presseagenturen. Die reale Zahl an Presseagenturen, die im Jugoslawienkrieg tätig waren, dürfte wahrscheinlich noch höher liegen. Denn in den FARA-Akten werden nur US-amerikanische Presseagenturen erfasst, die für ausländische Regierungen arbeiten. Europäische, auf Öffentlichkeitsarbeit spezialisierte Firmen sind hier ebenso wenig berücksichtigt wie solche amerikanischen Agenturen, die für inländische Auftraggeber wie z. B. Waffenfirmen oder das Pentagon tätig sind.

Wie groß deren Einfluss sein kann, wird anhand einer investigativen Recherche der US-Nachrichtenagentur „Associated Press“ (AP) deutlich. Nach dieser Untersuchung wurden im Jahr 2009 ungefähr 27.000 Menschen vom Pentagon für Rekrutierung, Werbung und Öffentlichkeitsarbeit beschäftigt. Die Journalisten der AP fanden zudem heraus, dass in den vorangegangenen fünf Jahren die Ausgaben, die das US-Militär in Öffentlichkeitsarbeit investiert hatte, um 63 Prozent auf insgesamt 4,7 Milliarden Dollar angestiegen waren. Der größte Teil wurde dabei für Rekrutierung und Werbung ausgegeben. Doch immerhin 547 Millionen Dollar wurden investiert, um die Meinungsbildung des US-amerikanischen Publikums zu prägen, während 489 Millionen Dollar für sogenannte psychologische Operationen ausgegeben wurden, die wiederum darauf abzielten, ein ausländisches Publikum zu beeinflussen. In diesem Zusammenhang wird auch der stillgelegte Luftwaffenstützpunkt San Antonio in Texas genannt, in dem eine Dienststelle untergebracht sein soll, die zum Zeitpunkt der AP Recherche für das Jahr 2009 die Herausgabe von 5400 Pressemitteilungen, 3000 Fernsehspots und 1600 Rundfunkinterviews geplant hatte. Die „International Herald Tribune“ kommentierte diese Zahlen mit dem Hinweis, „dass es sich bei diesem Dienst nur um einen kleinen Teil des insgesamt sehr schnell wachsenden Medienimperiums des Pentagons handelt“ 6. Auch wenn diese Angaben immer noch unvollständig sind, so wird hieran doch deutlich, dass das Pentagon mehrere tausend Menschen beschäftigt, die für die Außenwahrnehmung des Pentagons und damit auch der durch das Pentagon geplanten und durchgeführten Kriege zuständig sind. Schließlich liegt uns seit einigen Monaten die Studie „Meinungsmacht“ 7 von Uwe Krüger vor, der in seiner recht bekannt gewordenen Dissertation die Netzwerke aufgedeckt hat, durch die in deutschen Medien transatlantische bzw. US-amerikanische Interessen vertreten werden. Krügers Netzwerkrecherche wurde insbesondere durch die ZDF Kabarettssendung „Die Anstalt“ vom 29. April 2014 deutschlandweit bekannt. Denn die Kabarettisten Max Utoff und Claus von Wagner hatten die von Krüger namhaft gemachten „Alpha-Journalisten“ und die mit ihnen verbundenen transatlantischen Think Tanks und Institute graphisch durch Verbindungslinien an einer Tafel zusammenfassend dargestellt. Insbesondere Krügers wissenschaftliche Arbeit liefert uns den entscheidenden Hinweis, durch den nun nachvollziehbar wird, wie die Strategie der Informationskriegsführung im Ganzen operiert.

Zunächst wird das schon bestehende Image des Ziellandes im globalen, aber auch im Kontext der westlichen Bevölkerungen erforscht. Presseagenturen, die im Falle eines Konfliktes von verbündeten Ländern und eventuell auch von der US-Regierung oder der NATO selbst beauftragt werden, entwickeln dann auf der Basis dieser Studien Narrative für einen Konflikt. Diese Narrative werden schließlich von den Presseagenturen auf tagespolitische Ereignisse angewendet und falls erforderlich erneut angepasst. Die so entwickelten Schablonen werden anschließend an die in den Medien fest etablierten transatlantischen Netzwerke weitergegeben, die diese zu guter Letzt in Artikeln, Fernsehnachrichten und manchmal sogar Reportagen umsetzen. Vereinzelt kommt es sogar zu Buchpublikationen, die die entwickelten Narrative der Informationskriegsführung erneut auf einem argumentativ etwas höheren Niveau widerspiegeln und so den Anschein erzeugen, die Propaganda stütze sich auf wissenschaftliche Untersuchungen. Fasst man all diese Informationen zusammen, so ergibt sich ein Bild, das insofern beängstigend ist, als dass es allem zu widersprechen scheint, was allgemein über die republikanischen Grundlage unseres Staatswesens angenommen wird.

Folgen der Informationskriegsführung für die Gesellschaft

Durch die militärische Strategie der Informationskriegsführung können ganze Bevölkerungen gegen ein Land oder sogar gegen einen Kulturkreis mobilisiert werden. Durch eine sich teilweise über Jahre hinziehende negative Berichterstattung erscheint es der Bevölkerung immer normaler und legitimer, gegen das betreffende Land militärisch aufzurüsten oder sogar militärische Handlungen zu ergreifen. Zudem führt die Strategie der Informationskriegsführung dazu, dass das auf diese Weise dämonisierte Land in der Wahrnehmung der von der Informationskriegsführung betroffenen Bevölkerung seine Menschlichkeit verliert. Es kommt zur schleichenden, aber irgendwann kaum noch rückgängig zu machenden Entmenschlichung des Gegners. Das mit den Mitteln der Informationskriegsführung angegriffene Land wird auf diese Weise gewaltsam aus der menschlichen Solidargemeinschaft ausgeschlossen.

Gegenüber diesem Land scheinen dann nach einiger Zeit wirtschaftliche, militärische oder geheimdienstliche Maßnahmen angemessen, die man gegenüber anderen Ländern als unangemessen zurückweisen würde. Selbst wohlmeinende Bürger, die sich im Prinzip der Einseitigkeit der Berichterstattung durchaus bewusst sind, können nach einem jahrelang andauernden Informationskrieg zu der Schlussfolgerung tendieren, dass irgendetwas ja an der negativen Berichterstattung dran sein müsse.

Wie weit die Enthumanisierung Russlands in der Wahrnehmung westlicher Journalisten und ihrer Leser nach fast einer ganzen Dekade des Informationskrieges bereits vorangeschritten ist, ist an manchen Artikeln ablesbar. Im Falle Russlands tauchten in jüngster Zeit bereits vereinzelt Berichte auf, die nicht nur die russische Regierung oder Präsident Putin negativ darstellten, sondern auch große Teile der russischen Bevölkerung. Ein Beispiel dafür ist die am 22. Juli dieses Jahres bei Spiegel Online erschienene Kolumne von Jan Fleischhauer mit dem Titel „Russlands Realitätsverlust“⁸. In ihm wird nicht nur Putin, sondern auch dem russischen Volk ein Wirklichkeitsverlust attestiert. „Jetzt müssen wir erkennen, dass Wahnsysteme nicht nur Personen, sondern ganze Gesellschaften erfassen können.“ Fleischhauer argumentiert, gegen diesen Wirklichkeitsverlust würden keine Sanktionen helfen. „Wie man aus dem Handbuch der Psychiatrie weiß, ist es für Außenstehende aussichtslos, einen Betroffenen mit logischen Argumenten von seinen wahnhaften Überzeugungen abzubringen.“ Der Autor schlägt deshalb vor, die Beziehungen zu Russland in Zukunft

statt mit den Mitteln der „Diplomatie“ mit denen der „klinischen Psychologie“ zu gestalten.

Dies ist ein Einzelbeispiel, das heute hoffentlich noch nicht repräsentativ ist, das aber dennoch deutlich macht, dass die Negativwahrnehmung irgendwann so groß werden kann, dass sie für immer mehr Menschen anfängt eine identitätsstiftende Rolle zu spielen. Ähnlich wie beim Antisemitismus entsteht das Gefühl einer grundsätzlich bestehenden moralischen Überlegenheit, die wiederum weitere Gewaltakte rechtfertigt. Auf diese Weise kann in einer Gesellschaft schließlich ein Sog entstehen, der zu einer immer weiter voranschreitenden Eskalation führt. Eine Eskalation, die irgendwann ein solches Tempo und eine solche psychologische Zugkraft erreichen kann, dass sich ihr am Ende auch moderat eingestellte Politiker kaum noch entziehen können. Da sich die negative Berichterstattung über Russland in Deutschland seit ungefähr 2006/07 spürbar verschärft hat, sind wir in diesem Prozess hierzulande bereits weit vorangeschritten.

Folgen der Informationskriegsführung für die Kultur

Welche Schlüsse können wir aus all dem ziehen? Es gibt keine Kultur, die in den letzten 500 Jahren so erfolgreich gewesen ist wie die europäische. In Europa entstandene Ideen und Zivilisationsmodelle sowie die europäische Kunst und Kultur haben alle anderen Kulturkreise beeinflusst und wurden oft genug von ihnen übernommen. Dies war sogar dann noch der Fall, als die reale weltpolitische Macht Zentraleuropa bereits verlassen hatte und nach dem Zweiten Weltkrieg vom östlichen Europa, repräsentiert durch die Sowjetunion oder den USA, als westlichem Ableger der europäischen Kultur, übernommen wurde. Dieser enorme Einfluss der europäischen Kultur kommt nicht von ungefähr. Er verdankt sich ganz wesentlich den während der Französischen Revolution und der Aufklärung entstandenen politischen und philosophischen Ideen.

Die Aufklärung lebt in ganz entscheidendem Maße von der Annahme einer allgemein existierenden und somit auch verbindlichen Wahrheit, die durch den Menschen mit den Mitteln der Vernunft eingesehen werden konnte. Die Annahme einer allgemein existierenden und auf die geschichtliche Entwicklung des Menschen bezogenen Wahrheit wurde zwar von der Aufklärung popularisiert, aber nicht von ihr erfunden. Denn im Grunde genommen geht diese Vorstellung auf zentrale Elemente der christlichen Theologie, nämlich die Lehre von der Heilsgeschichte zurück – war doch die geschichtsphilosophische Konzeption der Aufklärung letzten Endes ein Säkularisierungsphänomen des Christentums. Im Laufe der europäischen Neuzeit hat sich die christliche Lehre von der Heilsgeschichte nach und nach im Medium der europäischen Geschichts- und Aufklärungsphilosophie verweltlicht und in ihr eine moderne, in der Sprache der Vernunft ausdrückbare Form gefunden. Die Universalität des so entstandenen Wahrheitsbegriffs war der entscheidende Vorteil, der den Aufstieg Europas ermöglichte. Denn durch ihn wurde die europäische Kultur nicht nur als eine partikuläre Kultur neben anderen wahrgenommen, sondern als eine neue Stufe in der Menschheitsentwicklung, an der auch die Angehörigen anderer Kulturkreise sich zu orientieren begannen. Die Ausstrahlungskraft, die mit dem universalistischen Wahrheitsbegriff des Abendlandes einherging, garantierte den Erfolg der europäischen Kultur im Weltmaßstab.

Doch die Universalität des ursprünglich christlichen und später aufklärerischen Wahrheitsbegriffs wird im Zeitalter des Informationskrieges ad absurdum geführt. Denn die

Informationskrieger unserer Tage leugnen die Existenz einer allgemein einsehbaren und vorhandenen Wahrheit. Sie betrachten Wahrheit stattdessen als etwas, das eigentlich nicht existiert bzw. dem nur eine subjektive und somit scheinhafte Existenz zukommt. Und weil Wahrheit für sie letztlich Schein ist, kann sie ihrer Ansicht nach vollkommen unabhängig von der Realität mit den Mitteln der Public Relation Industrie, der Werbepsychologie und Mediennetzwerke künstlich hergestellt werden. Doch durch diese Dominanz eines rein konstruktivistischen und damit relativistischen Wahrheitsbegriffs hat Europa selbst die Axt an seine eigene Kulturentwicklung gelegt. Indem wir es nämlich zugelassen haben, dass Anhänger dieser Weltsicht heute unsere wichtigsten Institutionen dominieren, insbesondere die Universitäten und die Medien, haben wir das Fundament für zukünftige Erfolge der europäischen Kultur untergraben.

Denn eine Kultur, die die Lüge bewusst zum Instrument der eigenen Machtentfaltung einsetzt, kann damit möglicherweise kurzfristige Erfolge erzielen. Doch in einer langfristigen Perspektive ist eine solche Kultur zum Scheitern verurteilt. Und dafür gibt es einen sehr einfachen und logischen Grund.

Denn die Komplexität der Wirklichkeit ist stets größer als die des menschlichen Verstandes. Und deshalb muss jeder Versuch, die Wirklichkeit einer unserer Einbildung entstammenden Lügenkonstruktion unterzuordnen, letztlich immer scheitern. Das populäre deutsche Sprichwort „Lügen haben kurze Beine“ bringt diesen Sachverhalt zum Ausdruck. Es ist nämlich auf Dauer nicht möglich, die Wirklichkeit dem Verstand unterzuordnen. Um erfolgreich handeln zu können, muss unser Denken sich vielmehr immer wieder von neuem auf die Wirklichkeit ausrichten. Fängt er an, die Phänomene der Wirklichkeit je nach eigener Interessenslage zu interpretieren und zu verändern, untergräbt er sein Realitätsverhältnis und damit seine Möglichkeit zum erfolgreichen Handeln.

Ich meine deshalb, dass der intellektuelle und publizistische Widerstand gegen die heute in unserem Land vorherrschende Russlandberichterstattung nicht nur ein Widerstand gegen eine historische Ungerechtigkeit ist. Dass es sich hierbei auch nicht nur um einen Widerstand gegen Krieg und möglicherweise sogar Kriegsvorbereitungen handelt, so wichtig dieses Motiv für sich genommen auch ist. Sondern dass wir es hier letztlich auch mit einem Kampf um den Erhalt der Grundlagen der europäischen Kultur selbst zu tun haben. Wir müssen die Menschen über die Technik und Realität der Informationskriegsführung aufklären. Und wir müssen diese Aufklärung genauso ernsthaft und genauso entschieden betreiben, wie gelehrte Bürger einst vor über 200 Jahren ihre Mitmenschen über die Vorurteile der Religionen und die illegitime Macht des Adels aufgeklärt haben. Unterlassen wir eine solche Aufklärung, so werden wir schließlich die Grundlagen unserer Kultur so tief beschädigt haben, dass eine Rückkehr zu den Errungenschaften unserer Geschichte irgendwann nicht mehr möglich sein wird.

1 DIE ZEIT, Ausgabe der 36. Kalenderwoche 2014, S. 1

2 Und wurde auch bereits von einer Institution wie dem ARD Programmbeirat bestätigt. Vergleiche hierzu: Malte Daniljuk, Ukraine-Konflikt: ARD-Programmbeirat bestätigt Publikumskritik, Telepolis, 18.09.2014

3 Denn die Aufarbeitung des Zweiten Weltkriegs hat in den letzten Jahren ohnehin Schlag-

seite bekommen. Während des 70. Jahrestags von Stalingrad kaum gedacht wurde, war der 70. Jahrestag des D-Days Gegenstand einer umfassenden Medienberichterstattung und einer großen öffentlichen Feier.

4 John J. Mearsheimer, Why the Ukraine Crisis is the West's Fault – The Liberal Delusions That Provoked Putin, Foreign Affairs Sep/Oct 2014

5 Jörg Becker, Mira Beham, Operation Balkan - Werbung für Krieg und Tod, Baden-Baden 2008

6 International Herald Tribune, AP Impact: Pentagon boosts spending on PR, February 5, 2009

7 Uwe Krüger, Meinungsmacht – Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse, Köln 2013

8 Jan Fleischhauer, S.P.O.N. – Der schwarze Kanal: Russlands Realitätsverlust, Kolumne, Spiegel Online, 22.7.2014

(1) <http://russkoepole.de/ru/rubriki/tochka-zreniya/2054-dr-h-ritz-vortrag-auf-der-bonner-konferenz-image-russland-mythen-und-realit-t.html>

Bericht von der Konferenz:

Es kann in einen Kulturkampf ausarten

In Bonn fand die Konferenz „Image Russland – Mythen und Realität“ statt

Von Daria Boll-Palievskaya, 13.09.2014

URL: <http://www.russland.ru/es-kann-in-einen-kulturkampf-ausarten>