Propaganda ist billiger als Panzer. Die NATO nutzt den Einsatz preiswerter Massen-Manipulation nicht nur im Kampf gegen ihre Rivalen. Sie nutzt sie auch für die Manipulation der Bevölkerung im Westen. Mit „StratCom“ ist ein vom Militärbündnis genutztes System der Gehirnwäsche festzustellen. Von Bernhard Trautvetter.

Die Friedensforscherin Martina Fischer (Brot für die Welt) kritisierte kürzlich in einem Interview zum Konflikt zwischen der NATO und Russland sowie der Ukraine, sie „beobachte, dass viele politische und mediale Diskurse den Konflikt einseitig darstellen und nicht die ganze Geschichte erzählen. (…) In Deutschland geht es vorrangig um die Erzählung, dass die NATO im Recht und Russland völlig im Unrecht ist.“ [1]

Diese Einseitigkeit hat System: Die NATO perfektioniert ihre ‘Strategische Kommunikation’ (StratCom) beständig, seit sie diese Methode der Beeinflussung der Ökonomie aufgegriffen hat:

> *“Der Ausdruck Strategische Kommunikation bezeichnet ein Bündel an zeichenbasierten und in der Regel mediengestützten Aktivitäten, mit denen Individuen, Gruppen oder Organisationen versuchen, die Akzeptanz für ihre politischen, ökonomischen, rechtlichen oder anderweitig motivierten Interessen bei ausgewählten Zielgruppen zu halten oder zu erhöhen.” [2]*

Mit Strategischer Kommunikation (StratCom) haben die Militärs Beeinflussungs-Taktiken entwickelt, bei denen “Kommunikation Teil der Strategie sein muss – in der Tat ist im heutigen Informationsumfeld das Verständnis der Zielgruppen und ihrer – wahrscheinlichen – Verhaltensweisen (…) und das Wissen, wann und wie man die jeweiligen Kommunikationsmittel einsetzt – von der sanftesten, weichen Macht bis zur härtesten, kinetischen Macht – der Schlüssel zur Lösung künftiger komplexer Probleme. (…) StratCom ist die Präsenz von Worten, Taten und Bildern, aber auch deren Abwesenheit und das Wissen, wann welches Mittel für welches Publikum angemessen ist”, so Steve Tatham, Chairman der Herausgeber des Journals des NATO-Strategic Communication Center in Riga [3].

Die Militärstrategen entwickeln diese Methode der Zielerreichung für ihre Absichten in allen Phasen militärischer Aktivitäten immer weiter, auch in Augenblicken des „Scheiterns“, aus denen sich genauso viel lernen lässt wie aus allen anderen Phasen ihres Tuns. Als Beispiel sei hier das Scheitern in Afghanistan und im Irak erwähnt, das nahelegt, „dass es einen anderen Weg geben muss, um andere Bevölkerungen vom liberal-demokratischen

Weg des Westens als dem optimalen Weg zu einem guten oder zumindest einem besseren Leben zu überzeugen. In einer von Bildern geprägten Medienlandschaft hat der 11. September gezeigt, dass eine einfache Semiotik im Vergleich mit dem Preis von Panzern und Kampfjets sowohl effektiv als auch billig ist. Strategische Kommunikation, (…) ist ein (…) Feld (…), das sich auf Theorien und angewandte Techniken der Verhaltenswissenschaften, der politischen Kommunikation, der Kulturanthropologie und des Marketing stützt. Jene, die mit der Operationalisierung der strategischen Kommunikation betraut sind, greifen auf diese Bereiche zurück.…“, so Dr. Neville Bolt, Chefredakteur des Journals [4].

Die NATO nutzt die Methode des Einsatzes preiswerter Massen-Manipulation statt Panzer und Jets nicht nur im Kampf gegen ihre Rivalen. Sie nutzt sie auch für die Manipulation der Bevölkerung im Westen und weltweit, wie sich aus Dokumenten der Essener NATO-Tagung zum Thema ‘Strategische Kommunikation’ im Herbst 2015 ergibt:

Dort beklagten die Strategen, dass sogenannte ‘feindliche Einheiten’ (“Entities hostile to NATO”) – wohlgemerkt, nicht Staaten, sondern ‘Kräfte’ – das Problem verursachen und stärken, dass die Bevölkerung der NATO-Staaten dem Militärischen und den Operationen der Militärs mit Skepsis gegenübersteht [5]. Um das zu ändern, greifen die NATO und sie unterstützende Kräfte zur Strategischen Kommunikation. Dazu besagt das PSYOP-Buch der US-Armee:

> *“Psychologische Operationen können unterschiedliche Formen annehmen. Sie können offen oder verdeckt erfolgen; sie können unterschiedliche Medien wie Radio, Fernsehen, Lautsprecherdurchsagen, Flugblattverteilungen oder soziale Medien nutzen. Sie können darauf abzielen, kämpfende Gruppen, die Zivilbevölkerung oder eine Kombination davon zu beeinflussen.” [6]*

Die Beeinflussung erfolgt mit Methoden, die der Empirie und der Propaganda-Forschung entstammen, „Propaganda stellt eine Form der Kommunikation dar, die versucht, unter Verwendung von informativer und persuasiver Kommunikation einen Gewinn“ für den Akteur zu erzielen [7]. ‘Persuasiv’ ist Kommunikation, die Empfänger von Botschaften zu einer Haltung bewegen soll, die seine Überzeugungen den Zielen des Akteurs anpasst. Die Konferenzunterlagen der Essener Strategietagung zur Strategischen Kommunikation zeigen, wie die NATO-Kommunikation dies mit klaren und einfach wirkenden Mustern, die wiederholt auf Menschen, beziehungsweise auf die Öffentlichkeit wirken, umsetzt:

Einfache Geschichten mit klarem Gut-Böse-Muster, die man in ständig anderer Form verbreitet, auch in sozialen Medien; man will sich Vorteile verschaffen, unter anderem mit Hilfe von Geschichten, beispielsweise über *„gut trainierte junge Menschen, die eine fantastische und noble Arbeit in herausfordernden Umständen erledigen“* [8].

Diese Geschichten sollen eine menschliche Dimension enthalten, auch dadurch, dass „direkt im Herz der Aktionen Beteiligte“ über sie berichten. Am besten eignen sich Berichte von Piloten, die „humanitäre Hilfe zu hungernden Kindern“ brachten, oder Militärs, die mit großer Präzision böse Kerle beobachteten – sie sind ja die Guten – und dann auf Basis intelligent zusammengestellter Bildmaterialien ihren Schlag ausführten [9].

Ebenfalls eignet sich schwungvoll-harmonische und inspirierende Musik für die Strategische Kommunikation, so das Manuskript zur Vorbereitung der Essener NATO-Konferenz 2015 [10].

Die NATO präsentiert sich regelmäßig als Allianz, die das internationale Gesetz „absolut respektiert“, rein auf Verteidigung ausgerichtet ist und auf den Prinzipien der Demokratie, des Respekts der Menschenrechte und des Rechts beruht [11]. So könnte man die Botschaft verkaufen, die „Kraft für das Gute“ zu sein [‘this should help sell a message about being a ‘force for good’…’] [12]. Dies erfüllt den Charakter der Propaganda als Täuschung der Öffentlichkeit mit Fake-News, da die NATO dasjenige Staatenbündnis ist, von dessen Gebiet aus die meisten und häufigsten Völkerrechtsverletzungen seit dem Ende des Kalten Krieges ausgegangen sind und ausgehen – sei es in der Großregion um den Golf, um Nordafrika, Syrien oder dem Balkan. Zudem kooperiert sie offen mit brutalen Diktaturen wie der Saudi Arabiens, ein Staat, mit dem die USA milliardenschwere Waffengeschäfte abwickeln [13].

Zusammengefasst ergibt sich ein System der Gehirnwäsche in der westlichen Öffentlichkeit durch beständige Berieselung der Menschen mit einfachen Schwarz-Weiß-Geschichten, Halbwahrheiten, psychologisch-atmosphärischer Einbettung gefilterter Nachrichten über diverse Medien der Massenkommunikation und Plattformen im Netz, lippenbekenntnis-artigem Bezug zum internationalen Recht und der Geschichte, man würde als Ultima Ratio den Frieden mit Krieg verteidigen. Die Waffengeschäfte der eigenen Rüstungsindustrie werden dabei genauso ausgeblendet wie die Schädigungen der Biosphäre durch Militär und Kriegsfolgen und die eigenen Rechtsbrüche, etwa in Guantanamo und Abu Ghraib, Libyen und in weiteren Kriegsgebieten.

Auch das Legitimationsnarrativ, die NATO müsse beständig weiter aufrüsten, um mit ihren Rivalen mithalten zu können, erweist sich als Desinformation, da die NATO-Staaten ohne ihre Bündnisstaaten bereits jetzt drei Mal so viel für den Militärsektor aufwenden wie China

und Russland [14]. Da die realen Zahlen von den transatlantischen Kräften in den Mainstream-Medien hinter dem Schleier der Vertuschung bleiben und da die Strategische Kommunikation der NATO wirkt, begehrt die Öffentlichkeit gegen das ‘Spiel mit dem Feuer’ einer Konfrontation der NATO mit den Nuklearmächten im Osten nicht so auf, wie es sein muss.

Derzeit fordern die USA alle US-Amerikaner auf, sie sollen die Ukraine verlassen, Joe Biden bespricht sich mit weiteren westlichen Staaten und der NATO über den Ukraine-Konflikt, in dem die NATO-Kommunikation die Öffentlichkeit mit dem Narrativ beschwichtigen, der Westen verteidige die Demokratie und Putin handele als Staatsmann, der in Einflusssphären denkt und damit die Souveränität anderer Staaten bedroht.

Mit einer derartig verfälschenden Propaganda begann der Erste Weltkrieg. Ehe Menschen getötet werden, stirbt die Wahrheit.

Titelbild: Maxx-Studio / Shutterstock

[«1] ‘Am Ende geht es gemeinsam in den Abgrund’ Interview 9.2.2022, S.2f.

[«2] diskursmonitor.de/glossar/strategische-kommunikation/

[«3] DEFENCE-STRATEGIC COMMUNICATIONS – Offizielles Journal des NATO-Strategic Communications Centre of Excellence Riga – Ausgabe Nr. 1 Winter 2015 S.4 stratcomcoe.org/pdfjs/?file=/publications/download/stratcomjournal_for_web_17022016.pdf?zoom=page-fit S.4, Übersetz.: B.T

[«4] DEFENCE-STRATEGIC COMMUNICATIONS – Journal Nr. 4 Herbst 2020 stratcomcoe.org/pdfjs/?file=/publications/download/full_journal_web_dsc_vol_9_jan2021-1.pdf?zoom=page-fit S.2, Übersetz.: B.T

[«5] japcc.org/wp-content/uploads/JAPCC_Conf_Flyer_2015_web.pdf , S.1 Spalte 2

[«6] hugendubel.de

[«7] rheton.sbg.ac.at/rheton/2007/04/andreas-ranetbauer-strukturen-der-propaganda-aus-kommunikationstheoretischer-sicht/

[«8] japcc.org/wp-content/uploads/Conf_Proceedings_2015_web.pdf S. 11f.

[«9] ebenda, S. 15

[«10] Read Ahead Air Power and Strategic Communications, JAPCC Kalkar, 2015, S.28

[«11] NATO.int/cps/en/NATOhq/126169.htm

[«12] japcc.org/wp-content/uploads/Conf_Proceedings_2015_web.pdf S. 19f

[«13] volksstimme.de/panorama/usa-und-saudi-arabien-schliessen-gigantischen-waffenhandel-ab-828293

[«14] isw-muenchen.de/2021/05/welt-militaerausgaben-2020-welt-im-waffen-wahn/