

Elvi Claßen

Der Irak-Krieg und die „strategische Beeinflussung“ der Informationsgesellschaften

Informationsgesellschaften sind tendenziell „kriegsunwillig“: Sie müssen von ihren administrativen Systemen (Politik, Militär) immer wieder neu von der Legitimität eines Krieges „überzeugt“ werden. Weder die jeweiligen politischen Begründungen, eine militärische Intervention sei unausweichlich, vernünftig oder gerecht usw., noch die strategische Argumentation, die „Errungenschaften“ der militärisch-technischen Revolution ermöglichten einen rationalen, zeitlich überschaubaren, chirurgisch präzisen, opferarm, humanen Krieg, können offenbar die grundsätzlichen gesellschaftlichen Zweifel an der Sinnhaftigkeit des Krieges als Mittel der Politik ausräumen. Nur so ist es zu erklären, dass die global dominierende Militärmacht USA seit etwa Mitte der 90er Jahre in ihrem „Information Warfare“-Konzept die Durchsetzung von „Informationsüberlegenheit“ - nicht nur auf dem Schlachtfeld, sondern insbesondere auch gegenüber der internationalen zivilen Medienöffentlichkeit - als kriegsentscheidenden Faktor bewertet: Als Voraussetzung und Ausdruck erfolgreicher Kriegsführung gilt deshalb aus militärischer Sicht, dass es gelingt, die journalistische und damit zivilgesellschaftliche Beobachtung der Kriegswirklichkeit durch umfassende Zensur- und Verschleierungsmaßnahmen zu verhindern und zugleich mit offensiven, an die Verarbeitungs- und Präsentationskonventionen der zivilen Massenmedien angepassten Informationsinterventionen dafür zu sorgen, dass das erwünschte „Image“ des Krieges die Berichterstattung und Wahrnehmung so umfassend wie möglich prägt. Nachrichten, die den offiziellen Darstellungen widersprechen, gelten als Bedrohung, die den siegreichen Verlauf des Krieges beeinträchtigen oder sogar gefährden könnte. Diese Erkenntnis förderte seit dem NATO-Angriffskrieg gegen Ex-Jugoslawien 1999 - der von US-amerikanischer Seite als erster Fall eines „Informationskrieges“ bewertet wird - und verschärft seit der Ausrufung des „Anti-Terror-Krieges“ durch die Bush-Regierung eine sukzessive Radikalisierung des Konzepts der strategischen Informationsintervention.

Rückblick: „Strategische Informationsoperationen“ im Kosovo-Krieg

Als sich der NATO-Angriff gegen Ex-Jugoslawien im Frühjahr 1999 - angekündigt und präsentiert als „humanitäre Maßnahme“ - vor den Augen der Weltöffentlichkeit als blutiger, tödlicher und zerstörerischer Krieg entblößte, befürchteten die verantwortlichen Militärs zeitweise, die wachsende Kritik - in der Bevölkerung und bei den politisch Verantwortlichen in den NATO-Staaten - könnte dazu führen, dass die Kampfhandlungen abgebrochen werden müssten. In dieser Situation entschied sich der von britischen und US-amerikanischen Public Relations-Experten geführte NATO-Pressestab zu bis dahin tabuisierten und bis in die höchsten administrativen Kreise hinein umstrittenen Maßnahmen: Um den Fluss der Informationen und Bilder über die selbst verursachten Opfern und Verwüstungen im und aus dem ehemaligen Jugoslawien zu unterbrechen, erklärte die NATO erstmals die "Ausschaltung" der zivilen Informationsinfrastruktur eines Landes zum legitimen Kriegsziel. Sie ließ Rundfunkgebäude bombardieren, Relaisstationen zerstören und sorgte für einen Übertragungsstopp des serbischen Fernsehens durch den europäischen Satelliten-Dienstleister Eutelsat. Darüber hinaus betrieb man nun, um effektiver gegen die Propaganda der jugoslawischen Staatsführung und die „schlechten Nachrichten“ aus dem Kriegsgebiet vorgehen zu können,

die Verbindung zweier zuvor getrennt operierender militärischer Bereiche: „Public Affairs“ (die eher journalistisch geprägte Informationspolitik/Public Relations in eigener Sache) und „Psychological Operations“ („PsyOps“, psychologische Kriegsführung, „die Beeinflussung der Gefühle, Motivationen und Urteilsfähigkeit sowie des Verhaltens ausländischer Öffentlichkeiten, Regierungen, Organisationen, Gruppen und Einzelpersonen“). Zum ersten Mal seit Ende des Kalten Krieges und jetzt unter den Bedingungen informationsgesellschaftlicher Kommunikationsstrukturen wurde psychologische Kriegsführung („die Veranlassung oder Verstärkung fremder Einstellungen und Verhaltensweisen zugunsten der Ziele ihres Urhebers“) als strategisches Mittel unterschiedslos gegen die Öffentlichkeiten in feindlichen und verbündeten Ländern eingesetzt. Die planvollen Attacken - mit Bomben gegen „feindliche“ Medien und mit Täuschungen, Verzerrungen oder Manipulationen gegen das Recht der Zivilbevölkerungen auf unabhängige und gesicherte Informationen - vermittelten einen ersten Eindruck von den weitreichenden Konsequenzen des Informationskrieges für die internationale Medienöffentlichkeit. Major Gary Pounder, Information Warfare-Experte der US Air Force zog in seiner Bewertung des Kosovo-Krieges einen richtungsweisenden Schluss: „Jeder, Befehlshaber, Informationskriegs-Spezialisten und Public Affairs-Offiziere, muss die öffentliche Information als Schlachtfeld verstehen, das wie jedes andere umkämpft und beherrscht werden muss.“¹

Zwischen Herbst 1999 und Sommer 2001 wurden in den US-amerikanischen Think Tanks die Kontroll- bzw. Gestaltungsdefizite der NATO-Informationsoperationen während des Kosovo-Krieges einer systematischen Revision unterzogen. Auf außenpolitischer Ebene wurden - im Rahmen einer bereits 1999 von Clinton erlassenen Direktive - die Abteilungen des State Department neu geordnet und inhaltlich modernisiert, die für „Public Diplomacy“ (die gezielte „Verbreitung politischer Botschaften an Bevölkerungen anderer Länder“) zuständig waren und bis Ende des Kalten Krieges antikommunistische Propaganda-Aktivitäten betrieben hatten: „Public Diplomacy wird gebraucht, um den US-amerikanischen Standpunkt zu verdeutlichen und zu erklären, warum die USA eine bestimmte Handlungsweise favorisieren und warum diese Handlungsweise den US-Interessen und denen anderer Nationen nützt.“² Das Pentagon ließ eigene Vorschläge entwickeln, wie diese Bemühungen effektiviert werden könnten: „Eine Psychological Operations-Abteilung als dauerhafte Einrichtung ... wird eng mit dem für Public Diplomacy zuständigen Stab des Außenministeriums zusammenarbeiten. Ihr primäres Ziel ... wird es sein, das Außenministerium dabei zu unterstützen, Programme für die Verbreitung strategischer Informationen an ausländische Öffentlichkeiten auszuarbeiten. ... Die PsyOp-Abteilung wird zivile Werbefirmen mit der Entwicklung von PsyOp-Maßnahmen beauftragen und mit wissenschaftlichen Einrichtungen kooperieren, die den potentiellen Einfluss von Information auf die Einstellungen und das Verhalten ausländischer Zielgruppen untersuchen.“³

Der „Anti-Terror-Krieg“ als Kampf um Herz und Verstand der Zivilbevölkerungen

Die gesellschaftliche, massenmediale und politisch-administrative Verarbeitung der verbrecherischen

¹ Pounder, G.: Opportunity Lost. Public Affairs, Information Operations, and the Air War against Serbia. In: *Airpower Journal* 2/02; www.airpower.maxwell.af.mil/airchronicles/apj/apj00/sum00/pounder.htm.

² America's Overseas Presence in the 21st Century. Report of the Overseas Presence Advisory Panel, November 1999, S. 32. Zit. nach: U.S. Advisory Commission on Public Diplomacy: Consolidation of USIA Into The State Department: An Assessment After One Year. Oktober 2000; www.state.gov/www/policy/pdadcom/acpdreport.pdf.

³ Zit. nach: Office of the Undersecretary for Defense: The Creation and Dissemination of All Forms of Information in Support of Psychological Operations (PSYOP) in Time of Military Conflict. Report of the Defense Science Board Task Force. Mai 2000;

Terroranschläge vom 11. September 2001 erzeugten in den USA in einem sich gegenseitig verstärkenden Prozess für Monate eine Atmosphäre praktisch bedingungsloser Kriegsbereitschaft. Nationale Dünkel und Rachegefühle bildeten den Nährboden für die überwältigende Zustimmung zu Bushs „Anti-Terror-Krieg“. Das neue Bedrohungszenario „internationaler Terrorismus“ und die Feindbildkonstruktion „Islamismus/Fundamentalismus/Extremismus“ erwiesen sich nicht nur als geeignet, um die seit langem gehegte US-amerikanischen Projektion einer politischen, wirtschaftlichen und kulturellen Hegemonie in der islamischen Welt zu verwirklichen.⁴ In diesem Klima konnte auch die Verflechtung nationaler politischer Agitation mit außenpolitischem Informationskampagnen, militärischer Public Affairs-Arbeit und psychologischer Kriegsführung gegenüber der eigenen und internationalen zivilen Medienöffentlichkeit erstmals offen verhandelt und ohne nennenswerten Widerstand praktiziert werden. Für die Heimatfront wurden multimediale Propaganda-Kampagnen initiiert, die mit altruistischen und heroischen Metaphern die Kampfmoral in den Truppen und den „nationalen [bzw. alliierten] Willen“ stärken sollten. Was die islamische Welt betrifft, so wurde, angepasst an die Idee eines universellen „Kreuzzuges“, der offensive und aggressive Transfer US-amerikanischer Wertekonzepte explizit zur Methode der Kriegsführung gegen „Brutstätten des Terrorismus“ oder „Feinde Amerikas“ erklärt. Richard Holbrooke, ehemaliger UN-Botschafter der USA, forderte im Oktober 2001: „Nennen Sie es Public Diplomacy, Öffentlichkeitsarbeit, Psychologische Kriegsführung oder plump Propaganda. Egal wie Sie es nennen, die Erklärung, worum es in diesem Krieg geht, in den Köpfen einer Milliarde Muslime zu verankern, wird ausschlaggebend und von historischer Bedeutung sein.“⁵ Zur Harmonisierung des erwünschten Images des „Anti-Terror-Krieges“ in den internationalen Massenmedien arbeiteten verschiedene Ministerien, diverse politische Lobbygruppen und externe Public Relations-Spezialisten gemeinsam an Legitimierungsstrategien und Interpretationsvorgaben, mit denen der „Kampf und Herz und Verstand“ der Zivilbevölkerungen zugunsten US-amerikanischer Interessen gewonnen werden sollte.

Die Weltmeinung als Feind der USA

Während der 'heißen Phase' des Afghanistan-Feldzuges wurden die strategischen Informationsoperationen unterstützt von einer international weitgehend loyalen, in den USA überbordend patriotischen Medienöffentlichkeit. Aber je größer die zeitliche und emotionale Distanz zum Schlüsselereignis „11. September“ wurde, desto schwieriger wurde es auch für die Apologeten des „Anti-Terror-Krieges“, vor allem seine aggressivste Ausprägung, den („vorbeugenden“) Angriff auf potentielle „Schurkenstaaten“⁶ gegenüber der eigenen und internationalen zivilen Medienöffentlichkeit zu rechtfertigen. Im Februar 2002 ermittelte „The Harris Poll“ in einer Umfrage, dass nur noch 24 Prozent der US-BürgerInnen „Terrorismus“ als eines der wichtigsten regierungspolitischen Themen bewerteten (Oktober 2001: 43 Prozent)⁷. Ein Blick auf einige

www.acq.osd.mil/dsb/psyop.pdf, S. 9f.

4 Vgl. hierzu u.a. Wagner, J.: Vom Containment zur Pax Americana. Die nationale Sicherheitsstrategie der USA. In: "Sozialismus", Nov. 2002; dok. unter www.uni-kassel.de/fb10/frieden/regionen/USA/doktrin-wagner.html. Ronnefeldt, C.: Angriffskrieg als Ordnungsprinzip. oder: Hinter der US-Militärpolitik steht die US-Wirtschaftspolitik. No data, dok. unter www.versoehnungsbund.de/paid/vcr_angriff02.html. Rilling, R.: "American Empire" als Wille und Vorstellung. Die neue große Strategie der Regierung Bush. In: Rosa-Luxemburg-Stiftung (Hg.) *standpunkte*, 9/2002; www.uni-kassel.de/fb10/frieden/regionen/USA/doktrin-rilling.html.

5 Holbrooke, R.: Get the Message Out. In: *The Washington Post*, 28.10.2001; S. B07.

6 Vgl.: The White House (Hg.): *The National Security Strategy of the United States*. 20.9.2002; www.whitehouse.gov/nsc/nss.pdf.

7 The Harris Poll: *Political Ratings Trends*. Table 11: "What do you think are the two most important issues for the government to

weitere Umfragen aus den letzten Monaten veranschaulicht die durchaus nicht unkomplizierte Meinungslage im Vorfeld des beabsichtigten Irak-Krieges: Der TV-Sender Fox veröffentlichte im September 2002 das Ergebnis einer Auftragsuntersuchung, nach der die Unterstützungsrates für einen Krieg zum Sturz Saddam Husseins fast kontinuierlich von 74 Prozent (Januar 2002) auf 58 Prozent (September 2002) gefallen war.⁸ Die Mehrheit der US-Bevölkerung lehnte zudem einen Irak-Krieg ohne UN-Mandat ab, ebenso wie einen Krieg ohne breite Unterstützung der Anti-Terror-Allianz. Noch am 23./24. Januar 2003 erteilten 53 Prozent der Variante eine Absage (dafür stimmten 40 Prozent), die sich später als zutreffend erweisen würde: ein Angriff ohne UN-Mandat, gemeinsam mit einem oder zwei der wichtigsten US-Alliierten.⁹ Ende Januar 2003 forderten laut einer ABC News/Washington Post-Umfrage noch 57 Prozent der US-BürgerInnen mehr Beweise, warum das Regime Saddam Husseins gestürzt werden sollte.¹⁰ Und im Februar berichtete die Los Angeles Times, dass immerhin 56 Prozent der US-Bevölkerung der Argumentation Bushs nicht folgten, der Irak unterhalte Kontakte zum Terror-Netzwerk Al Kaida.¹¹

Noch schwieriger war die Situation auf internationaler Ebene: Die breite Unterstützerfront aus dem ersten Jahr des „Anti-Terror-Krieges“ begann zu zerfallen. Für die europäischen Bündnisstaaten erhob das US-amerikanische Pew Research Center bereits im April 2002, dass in Großbritannien und Frankreich nur 46 und in Deutschland und Italien nur 34 Prozent der Bevölkerung ein militärisches Vorgehen gegen den Irak befürworteten würden.¹² Ein Trend, der sich im Verlauf der nächsten Monate zuspitzen sollte. Zwei der wichtigsten „alten“ westeuropäischen Verbündeten, Frankreich und Deutschland lehnten eine Beteiligung am Irak-Krieg konsequent ab, ebenso wie die Mehrheit ihrer BürgerInnen: Im Januar 2003 berichteten die Medien, dass nur 9 Prozent der Deutschen¹³ und 24 Prozent der Franzosen¹⁴ einen Irak-Krieg befürworteten. Aber nicht nur hier, sondern weltweit stieg die Zahl der Kriegsgegner kontinuierlich an. Zum Jahresanfang ermittelte das Umfrage-Institut Gallup in einer internationalen Untersuchung, außer in den USA gebe es faktisch nur im Unterstützerland Australien eine Mehrheit für den Krieg ... von 53 Prozent. Für Großbritannien ermittelte Gallup eine Zustimmungsrates von 44 Prozent.¹⁵ In den anderen Staaten, deren Regierungen der USA militärische Hilfe zugesagt hatten, missbilligten laut Time Europe im Februar 2003 die Bevölkerungen sogar einen UN-mandatierten Krieg: in Spanien zu über 70 Prozent, in den Niederlanden zu 72 Prozent und in Italien zu 66 Prozent¹⁶. Selbst in Polen, wo die Bevölkerung zu 52 Prozent einen politische

address?" 27.2.2002; www.harrisinteractive.com/harris_poll/tables/2002/Feb_27_2002.htm.

8 FOX News/Opinion Dynamics Poll. 24.-25.9.2002. In: *The Polling Report*, 5.10.2002; <http://pollingreport.com/iraq5.htm>.

9 Newsweek Poll/Princeton Survey Research Associates. 23./24.1.2003. In: *The Polling Report*, 5.2.2003; <http://pollingreport.com/iraq1.htm>.

10 ABC News/Washington Post Poll. 30.1./1.2.2003. In: *The Polling Report*, 15.3.2003; <http://pollingreport.com/iraq3.htm>.

11 Brownstein, R.: Americans Wary of War but Willing to Let Bush Wage It. In: *Los Angeles Times*, 4.2.2003; www.latimes.com/news/custom/timespoll/la-na-poll4feb04,0,5820310.story?coll=la-home-headlines.

12 The Pew Research Center: Americans and Europeans Differ Widely on Foreign Policy Issues. 20.4.2002; www.pewtrusts.com/ideas/ideas_item.cfm?content_item_id=1025&content_type_id=18&page=18&issue=11&issue_name=Polling&name=Public%20Opinion%20Polls%20and%20Survey%20Results.

13 Zit. nach Lauterbach, J.: Nur 9 Prozent der Deutschen für Krieg. Ginge es nach den Gallup-Umfragen, fiel der Militärschlag gegen den Irak wohl aus. 4.4.2003; www.welt.de/data/2003/02/04/38897.html.

14 ntv: Zögern und Zaudern. Front gegen Irak bröckelt. Pressemitteilung vom 9.1.2003; www.n-tv.de/3092434.html.

15 Gallup International Iraq Poll. January 2003; www.gallup-international.com/docs/GIA%20press%20release%20Iraq%20Survey%202003.pdf. Die Tageszeitung "Daily Mirror" meldete im Januar, 84 Prozent der Briten seien gegen einen Krieg ohne UN-Mandat; 43 Prozent gegen einen Krieg auch mit einem Mandat des UN-Sicherheitsrats; vgl. *Der Spiegel*: „84 Prozent der Briten gegen Irak-Krieg“, 31.1.2003. Die höchsten Zustimmungsrates darüber hinaus wurden in Rumänien (45%), Großbritannien (44%) und Dänemark (42 %) ermittelt; Spitzenreiter der Kriegsgegnerschaft waren die Schweiz (dort stimmten 90 Prozent gegen einen Irak-Krieg), Argentinien (89%), Bosnien-Herzgovina (84%), Uruguay (84%) und Nigeria (81%).

16 Crumley, B.: War Torn. There's a new gulf in Europe - between pro-U.S. leaders and antiwar majorities in their countries. In: *Time Europe*, 17.2.2003, Vol. 161, No. 7; www.time.com/time/europe/magazine/printout/0,13155,901030217-420988,00.html.

Beistand des US-Kriegskurses befürwortete, lehnten es zugleich 63 Prozent ab, auch eigene Truppen in den Irak zu schicken¹⁷; in der Türkei votierten bereits im Januar 2003 zwischen 80 und 90 Prozent der BürgerInnen gegen einen Irak-Krieg.¹⁸

Die desolante Lage an der Meinungsfront kam für kritische Beobachter in den USA und anderswo nicht überraschend. Der politische Kurs der Bush-Regierung im „Anti-Terror-Krieg“ sei kaum als Kampf für Frieden und Gerechtigkeit anzupreisen und die Weltbevölkerung sei auch keine „Kundschaft“, der man die USA nur als Markenzeichen für Freiheit und Wohlstand „verkaufen“ müsse, warnte die US-amerikanische Politikwissenschaftlerin Catherine Scott Anfang des Jahres: „Demokratie erfordert Wahlmöglichkeiten und Besonnenheit, Debatten und Widerspruch. ... Außenpolitik in einer Demokratie sollte das Ergebnis sorgfältiger Beratungen durch gewählte Staatsdiener sein, die die öffentliche Meinung ernst nehmen, auch wenn sie unmißverständlich Besorgnis darüber ausdrückt, wie sich die Dinge entwickeln.“¹⁹ Aber genau so gestalteten die Kriegsbefürworter in Washington und London ihre Öffentlichkeitsarbeit für den Krieg nicht. Es war die Stunde PsyOps, der Lobbyisten aus Politik und Wirtschaft und der externen Public Relations-Spezialisten, die im Vorfeld und während des Irak-Feldzuges die US-amerikanische „Informationsüberlegenheit“ gegenüber der internationalen zivilen Medienöffentlichkeit gewährleisten sollten.

PsyOps im Irak

Seit Herbst 2002 betrieben die PsyOp-Einheiten der US-Streitkräfte verstärkt psychologische Kriegsführung gegen die irakische Zivilbevölkerung, das Militär und die Regierung. Hierzu gehörte z.B. der Abwurf von bis zu einer Million Flugblätter pro Tag, E-Mail-Spammings an politische und gesellschaftliche Instanzen sowie eigene Radio- und Fernsehprogramme, die neben traditioneller und europäischer Musik u.a. auch Auszüge aus Pressekonferenzen des Pentagon und Bush-Reden zitierten. Die BürgerInnen wurden zum Widerstand gegen das Regime aufgerufen, Soldaten zur Desertion und dazu den Einsatz von Massenvernichtungswaffen zu verweigern. Der PsyOp-Sender „Voice of the Iraqi People“ existiert seit 1991, neu dazu kamen „Information Radio“ und „Radio Tikrit“, das über ein CIA-Relais in Kuwait ausgestrahlt wird.

Während des Krieges wurden diese Interventionen noch einmal intensiviert und ergänzt durch Lautsprecheranlagen auf den Schlachtfeldern und Beeinflussungsoperationen durch PsyOp-Einsätze in der Bevölkerung, um den Widerstand gegen die Besatzungstruppen zu brechen. Bezeichnend für den Mix aus „soft operations“ und „heavy metals“ war das britische Vorgehen in Basra, wo man am 27. März die Sendeanlagen des irakischen Rundfunks zunächst mit Luftangriffen zerstörte und anschließend die Sendefrequenzen mit eigenen Programmen belegte. Am 10. April begann eine neue Phase: US-amerikanische und britische PsyOp-Teams übernahmen die zerschlagene irakische Presse und produzierten nun auch Tageszeitungen, in denen der Bevölkerung noch einmal den Krieg und die ‘guten Absichten’ der Kriegsallianz erklärt wurde. Gleichzeitig und zunächst noch ausgestrahlt über die Sendeanlagen US-amerikanischer PsyOp-Flugzeuge ging in Bagdad der anglo-amerikanische Nachrichtensender „Towards

17 The Center for International Policy's Project on Iraq: Different Polls show different ranges of support for U.S. action in Iraq. März 2003; www.ciponline.org/iraq/opinion.html.

18 Vgl. Der Spiegel: Bush im Umfragetief. Warum sollen wir den Irak angreifen? 22.1.2003; www.spiegel.de/politik/ausland/0,1518,231777,00.html.

19 Scott, C.: Americans aren't consumers who have to be sold on war. In: The Atlanta Journal-Constitution, 22.1.2003;

Freedom“ (Nahwa Al-Hurrieh) auf Sendung. Er wird mit Unterstützung irakischer Exilgruppen in London und vom Pentagon produziert und strahlte zum Sendestart Reden von Bush und Blair aus, die die Besatzungstruppen noch einmal als „Freunde und Befreier des irakischen Volkes“ vorstellten.

Wie man uns den Krieg „verkaufte“

Ab August 2002 intensivierte das US-Außenministerium seine „Iraq-Briefings“ für ausländische Journalisten und vermittelte eigens geschulte Exiliraker für Talkshows und Nachrichtensendungen in aller Welt, damit sie die Stimmung gegen Saddam anheizten.²⁰ Mit der Fokussierung auf Hussein selbst - siehe Außenminister Colin Powells ständig wiederholte Phrase „Saddam lügt“ - versuchte man den geplanten Krieg als „Jagd“ auf den Diktator zu bagatellisieren. Die fortwährende Gleichsetzung Saddam Husseins mit Hitler und Stalin, wie sie z.B. Bush oder auch Verteidigungsminister Rumsfeld²¹ immer wieder bemühte, sollte zudem die Opposition gegen den Krieg diskreditieren und den Waffengang selbst als „Befreiung“ glorifizieren. Seine „Koalition der Willigen“ hat sich Bush zum Teil „zusammengekauft“: In einem Antrag an den Kongress forderte er am 25. März ein Budget von 75 Milliarden US-Dollar, um Subventionen und Kredite für die „Partner und Freunde“ der USA finanzieren zu können, darunter Jordanien, Ägypten, Israel, Kolumbien, die Philippinen, die Slowakei und die Türkei.²² Wo politischer Druck nicht ausreichte, wurde gedroht: In einem Schreiben vom 18. März warnte die US-Regierung UN-Repräsentanten, eine Vollversammlung zur Diskussion des Irak-Krieges einzuberufen würde als „nicht hilfreich und gegen die USA gerichtet“ bewertet.²³

Bis zum Kriegsbeginn versuchte die US-amerikanische und britische Kriegspropaganda den Irak mit mutmaßlichen „geheimdienstlichen Beweisen“ (von denen sich sogar die CIA distanzierte²⁴) und gefälschten Dossiers²⁵ als Resolutionsbrecher und Besitzer von Massenvernichtungswaffen zu überführen. Das gefälschte Blair-Dossier zum Thema „Die Massenvernichtungswaffen des Irak“ und auch Powells Multi-Media-Show vor der UNO am 5.2, die sich weitgehend auf das britische Papier bezog, waren eine Gemeinschaftsproduktion der „Coalition Information Centers“ London und Washington. Die für den Afghanistan-Feldzug 2001 gegründeten PR-Büros des Weißen Hauses organisieren die Pressearbeit des „Anti-Terror-Krieges“ in verschiedenen Erdteilen und über alle Zeitzonen hinweg; die Initiative zu ihrer Gründung kam vom britischen Spin Doctor Alistar Campbell, dem ehemaligen Wahlkampfleiter der Labour-Partei und Chefberater des NATO-Pressestabes während des Kosovo-Krieges.

Während der Bombardierungsphase organisierten die Informationsstrategen einen Pressemarathon rund um die Uhr. In Washington sollten die Chefsprecher des Weißen Hauses, des Außenministeriums und des Pentagon, in Doha/Katar die des Generalstabs die Aufmerksamkeit der internationalen Presse binden. Das an das Weiße Haus angegliederte Office of Global Communications (OGC, hier kooperieren seit Frühjahr letzten Jahres Experten für „strategische Information“ aus Bushs PR-Abteilungen, dem Außenministerium,

www.accessatlanta.com/ajc/opinion/0103/22marketing.html.

20 Vgl.: Los Angeles Times: Exiles recruited as US steps up war of words. 26.8.2002; www.smh.com.au/articles/2002/08/25/1030053011170.html.

21 Vgl. z.B. DoD News Briefing. 1.4.2003; www.defenselink.mil/news/Apr2003/t04012003_t0401sd.html.

22 Entous, A.: Bush Slates Billions for Coalition Allies. Reuters, 26.3.2003; dok. unter http://story.news.yahoo.com/news?tmpl=story&ncid=584&e=9&cid=584&u=/nm/20030326/pl_nm/iraq_usa_cash_dc.

23 Greenpeace: US tells UN to Butt out. 2.4.2003; www.greenpeace.org/nz/news/news_war_item.asp?PRID=502.

24 Vgl.: Bush-Regierung erzwingt tendenziöse CIA-Berichte. Frankfurter Rundschau, 24.3.2003.

25 Vgl.: White, M. und Whitaker, B.: UK War Dossier a Sham, say Experts. 7.2.2003; www.guardian.co.uk/Iraq/Story/0,2763,890916,00.html. Und: BBC: Leaked Report Rejects Iraqi al-Qaeda Link. 5.2.2003; dok. unter www.commondreams.org/headlines03/0205-10.htm.

der CIA, des Nationalen Sicherheitsrats und des Pentagon) arrangierte TV-Auftritte für Regierungspolitiker, instruierte Militärsprecher und verschickte tägliche E-Mail-Botschaften („The Global Messenger“) an US-Offizielle in aller Welt, in denen die aktuelle Lage des Krieges aus US-Sicht und bestimmte Sprachregelungen (z.B. die Invasion des Irak = „Befreiungskrieg“; paramilitärische Einheiten = „Todesschwadronen“; der völlig unterschätzte Widerstand irakischer Truppen in Umm Qasr, Basra, Najaf, Kabala, Nasiriyah usw. = „Widerstandsnester“) vorgegeben wurden. Als die internationalen Medien am 24. März berichteten, der Vormarsch gerate ins Stocken, hieß es im Messenger: „Die Tagesmeldungen zeigen ein anschauliches Bild von der Freude und Erleichterung im Irak. Amerikanische und alliierte Truppen sind von lächelnden Irakern begrüßt worden.“²⁶ Aber außer in den USA - und auch da nur in abnehmendem Maße - konnten weder das Protzen mit militärischer Potenz (siehe die zynische Shock & Awe-Politik, aber auch die gefälschten „Erfolgsmeldungen“ über „zügiges Vorankommen“, irakische Massendesertionen und -kapitulationen in den ersten Kriegstagen oder „chirurgisch präzise“ Bombeneinschläge), noch „PR-Highlights“, wie die Befreiung von Private Jessica Lynch aus einem Militärkrankenhaus in Nasirija, die mühsam zusammengesuchten Bilder von US-Irakern, die den einrückenden Truppen zuwinken, Saddam-Plakate zerreißen, Saddam-Statuen stürzen usw., oder die immer neuen - und sich schnell wieder als unwahr erweisenden - Nachrichten von „Beweisen“ für irakische Massenvernichtungswaffen darüber hinweg täuschen: Die alliierten Kommunikationsspezialisten bekamen das „Image des Krieges“ nicht in den Griff. Einzig die US-Medien standen mehrheitlich „Gewehr bei Fuß“ und die 600 „eingebetten“ Journalisten hielt man unter akribischer Kontrolle. Die „Abweichler“ wurden ausgegrenzt (z.B. die Korrespondenten nicht-alliierten Ländern im Pressezentrum Doha), öffentlich gescholten (z.B. wegen ihrer Berichterstattung über US-amerikanische Kriegsgefangene oder später über die Massenplünderungen), offen bedroht (z.B. freie Journalisten in den Kampfzonen), ihre Tötung wissentlich in Kauf genommen (wie beim Angriff auf das Journalisten-Hotel Palestine in Bagdad) oder - die verbrecherische Eskalation des Kampfs um „Informationsüberlegenheit“ - ermordet (wie die Mitarbeiter des irakischen Fernsehens und der arabischen Sender Al Jazeera und Abu Dhabi TV in Bagdad). Aber die „schlechten Nachrichten“ ließen sich nicht wirklich verhindern oder überdecken. Ende April zählte der „Iraq Body Count“ zwischen 2.197 und 2.670 ZivilistInnen, die in diesem völkerrechtswidrigen Krieg bis dahin ermordet wurden, Männer, Frauen und Kinder. Die Zahl der Verletzten, Verstümmelten und Traumatisierten bleibt ungewiss. Es gibt bis heute keinen verbindlichen Nachweis für die Existenz von Massenvernichtungswaffen im Irak oder Vernetzungen zu Al-Kaida. Saddam Hussein und seine Söhne konnten nicht gestellt werden. Ein Großteil der irakischen zivilen Infrastruktur ist zerstört, das „Jubeln und Fahنشwenken“ der Bevölkerung blieb weitgehend aus, und noch immer kippt die Stimmung im Land sehr schnell um in Frustration und offene Feindseligkeit gegen die Besatzer.

Noch mehr Lügen?

Die Hoffnung der Public Diplomacy-Strategen, man müsse den Krieg und seine Ergebnisse nur „richtig erklären“, um die islamisch geprägten Gesellschaften in der Golfregion und anderswo für die „amerikanische

²⁶ Zit. nach Kemper, B.: Agency wages media battle. Team makes sure war message is unified, positive. In: *Chicago Tribune*, 7.4.2003; www.chicagotribune.com/templates/misc/printstory.jsp?slug=chi%2D0304070189apr07§ion=/printstory.

Idee“ einzunehmen, erwies sich einmal mehr als absurd: Der Krieg initiierte im Gegenteil politisch und religiös motivierte Solidarisierungseffekte in den Zielgruppen und neue antiamerikanische Ressentiments. Die USA und Großbritannien müssen jetzt schnell und kompromisslos Fakten schaffen, nicht zuletzt um zu überdecken, dass weder ihr Militär noch die paramilitärische Hilfskonstruktion „Übergangsverwaltung“ die Heilsprophezeiung über Freiheit, Demokratie und Wohlstand verwirklichen werden, mit denen man die Okkupation des Landes gegenüber der irakischen Bevölkerung und der internationalen Weltöffentlichkeit legitimieren wollte.

Und welche Auswirkungen haben die umfassenden „Beeinflussungsoperationen“ des Irak-Krieges auf den künftigen gesellschaftlichen Diskurs über die Bush-Politik im Allgemeinen? Fest steht, dass die Zivilbevölkerungen weltweit - dank der zeitgleich laufenden Informationsarbeit vieler FriedensaktivistInnen, WissenschaftlerInnen und kritischer JournalistInnen - noch nie so schnell und so verbindlich über Beweise verfügten, dass und wie sie systematisch über die Motive, den Verlauf, die Folgen und Ziele eines Krieges getäuscht und belogen wurden (und werden). Es steht zu hoffen, dass diese Erfahrung den politischen Widerstand gegen Bushs „Anti-Terror-Kampfes“ stärkt und noch mehr Menschen dazu ermutigt, die Herausforderung anzunehmen, wer letztendlich das Bild bestimmen wird, das wir alle uns „vom Krieg“ machen.

Eine Anregung zum Schluss, die hervorgeht aus der Aufarbeitung eines anderen Krieges: „Die Dinge vereinfacht darstellen, die eigenen Fehler auf den Feind projizieren, die Nachrichtenmedien durch Übertreibungen, Verzerrungen und Auslassungen zum eigenen Vorteil nutzen, die 'Message' unendlich oft wiederholen, sich auf Mythen und die Geschichte berufen und einen nationalen Konsens schaffen“. So lautet die Definition von „Propaganda“, die Renaud de la Brosse, Professor an der Universität im französischen Reims in seiner 97 Seiten umfassenden Expertise für den Europäischen Gerichtshof in Den Haag formuliert hat. Das Gutachten de la Brosses wurde im vergangenen Februar vorgelegt - als Beweismittel der Anklage im Prozess gegen den ehemaligen serbischen Präsidenten Slobodan Milosevic. Der steht nämlich inzwischen auch deshalb vor Gericht, weil er „mit Hilfe einer gewissenlosen Medienkampagne versucht [hat], seine nationalistischen Ziele zu verwirklichen“.²⁷

Elvi Claßen ist Medienwissenschaftlerin (Dipl. Soz.-Wiss.) und freie Journalistin (dju) und schreibt zur Zeit an der Uni Trier ihre Dissertation zur "Krisen- und Kriegs-Kommunikation in der Informationsgesellschaft". Sie ist Mitarbeiterin in der interdisziplinären Forschungsgruppe Informationsgesellschaft und Sicherheitspolitik/FOGIS und Mitglied in der Arbeitsgemeinschaft für Friedens- und Konfliktforschung e.V./AFK. Von 1990 bis 1999 arbeitete sie im Sonderforschungsbereich Bildschirmmedien an der Uni Siegen (Rekonstruktion der Geschichte von Fernsehnachrichtensendungen in Deutschland und den USA seit ihrer Erstausstrahlung) und als Chefredakteurin des Mitgliedermagazins der Deutschen Friedensgesellschaft-Vereinigte KriegsdienstgegnerInnen e.V., ZivilCourage.

²⁷ Vgl.: Armatta, J. (Institute for War and Peace Reporting): Milosevic's propaganda machine on trial. 28.02.2003; www.isn.ethz.ch/info/service/secwatch/index.cfm?service=cwn&parent=detail&menu=8&sNewsID=5937.