

Bernd Kallina

Politik, Medien und Interventionen

Über grenzenlose Massenkommunikation



Meine Ausführungen gehen auf Aspekte von zwischenstaatlichen Interventionen via Massenkommunikation im globalen Zeitalter ein. Denn gezielte Informations-Strategien und ihre prägenden Wirkungen bei diversen Zielgruppen finden nicht nur innerhalb von Staaten ihren Niederschlag, sondern sie sind auch grenzüberschreitend zu beobachten. Damit sind sie Gegenstand der internationalen Politik.

Dabei spielen die über Massenmedien verbreitete (Des-)Informationen eine herausragende Rolle, Stichwort „Informal Penetration“.

Paul Noack, der renommierte Münchener Politikwissenschaftler, machte bereits in den 1980er Jahren mit vielen Beiträgen¹ auf entsprechende Veränderungen in diesem Bereich der Weltpolitik aufmerksam. Sie sind ihrem Wesen nach nicht ganz neu, es gab sie schon immer, haben sich aber durch die technischen Innovationen („Soziale Medien“ im Digitalzeitalter) dynamisch weiterentwickelt.

Die Globalisierung gesellschaftlicher und wirtschaftlicher Modelle führe zu der Konsequenz, so Noack, dass informationelle Interventionen in den meisten Fällen mit der Absicht verbunden sind, „die internationale Ausrichtung des Zielstaates zu verändern oder aber – um ihn im eigenen Lager zu halten.“²

Das Grundprinzip heißt „Einmischung“

Konkret: Das wichtigste Verbindungsglied zwischen innergesellschaft-

1 Paul Noack, „Intervention und Revolution“, Seite 168ff., in: „Münchener Beiträge zur Politikwissenschaft“, Freiburg 1980.

2 a.a.O.



Die Globalisierung der Welt im Digitalzeitalter hat auch für massenmediale Interventionen politische Folgen.

lichen Konflikten in Staaten und dem internationalen politischen System stelle die Einmischung in innere Konflikte von Zielstaaten dar. Unter Interventionen werden somit unterschiedliche Techniken verstanden, die in der internationalen Politik angewendet werden, um

- Eine regierende Elite in einem Zielstaat abzusetzen und/oder zu ersetzen.
- Oder einer an der Macht befindlichen Elite in einem Klienten-Staat an der Macht zu halten, d.h.
- der stärkere Staat sieht sich einem Zielstaat gegenüber, dessen Gesellschaft + staatliche Autorität gespalten sind.
- Der stärkere Staat interveniert in Verhältnisse des schwachen Staates hinein, indem eine „Fraktion“ des gespaltenen Staates unterstützt wird.

Dabei gehe die Entwicklung, so Noack

- von der direkten (diplomatischen, ökonomischen, geheimdienstlichen, militärischen) hin zu
- indirekten Aktionen von „Informal Penetration“, d.h. die informelle Durchdringung eines Staates, oft in Kooperation mit sogenannten „Nichtregierungsorganisationen“ (NGOs).³

Der vorliegende Beitrag behandelt primär jene gerade erwähnte „Informal Penetration“, also eine breite Facette von „indirekten Aktionen“, die sich im massenmedialen Rahmen abspielen. Vorab aber ein allgemei-

³ a.a.O.

ner Überblick über Formen und Wirkungsweisen von massenmedialer Kommunikation und ihren Einfluss auf Politik und politisch-gesellschaftlicher Meinungsbildung⁴.

„Information“ als vierter Produktionsfaktor

Zunächst ein zeitgeschichtlicher Rückblick: Waren die traditionellen Produktionsfaktoren Boden, Arbeit und Kapital noch für die Volkswirtschaften der klassischen Industriegesellschaften des 19. und 20. Jahrhunderts konstitutiv, gesellte sich später in der Umbruchphase vom 20. zum 21. Jahrhundert als vierter Produktionsfaktor die „Information“ dazu und läutete damit das heutige Informationszeitalter ein. Die via Massenmedien und digitaler Kommunikation verbreiteten Informationen geraten dadurch in eine gesellschafts-dynamisierende und gesellschafts-leitende Funktion von großem Gewicht.

Gedruckte, elektronische und digitale Medien

Welche Medien sind gemeint? Wie haben sie sich historisch entwickelt? Bereits unsere „herkömmlichen“ Informationsträger, sprich die Gesamtheit der so genannten Print- und elektronischen Massenmedien, also in erster Linie Tages- und Wochenzeitungen, Bücher und Zeitschriften sowie Hörfunk und Fernsehen, fungierten und fungieren weiterhin in dem o.g. Zusammenhang als bestimmende Faktoren der modernen Informationsgesellschaft. Durch das Aufkommen der neuen Medien, Stichwort Internet/Digital-Kommunikation wurde, nicht zuletzt durch deren explosive Verbreitung, diese Entwicklung rasant beschleunigt.

Wahrnehmung, Texte, Bilderwelt und Massenmedien

Die Menschen in unseren modernen Informationsgesellschaften leben in einer Welt der Bilder und Vorstellungen. Ihre Fähigkeit zu objektiver Erkenntnis ist eng beschränkt auf jenen kleinen Wirklichkeitsausschnitt, in denen sie fachliche Kompetenz besitzen. Da jedoch Menschen auf allen Ebenen psychologische Schwierigkeiten haben sich Nicht-Wissen

⁴ In diesem Teil greift der Autor nochmals auf seinen Vortrag „Wort und Bild als Waffen in Medienkampagnen“ beim SWG-Seminartag vom 4. März 2017 zurück, hier aktualisiert und erweitert.

einzugestehen, greifen sie auf Quasiwissen, auf Meinungen, auf Images, auf Urteile und Vorurteile anderer zurück, um sich in ihrer Umgebung sicher zu verhalten. In diesem Spannungsbogen, eigene (beschränkte) Kompetenz und Fremdvermittlung, kommen die primär massenmedial (neuerdings auch digital) transportierten Informationen zur vollen und vor allem bewusstseinsprägenden Wirkung.

Massenmedien-Einfluss – Theorie und Praxis

Eine zentrale Frage lautet: Wie wirken Massenmedien, hier im Verbund mit Interventionen? Wie ist der Zusammenhang von politischem Einfluss und medialen Informationsträgern zu beurteilen? In der kommunikationswissenschaftlichen Theorie sind die genauen Wirkungsabläufe massenmedial vermittelter Informationen von Wort und Bild zwar umstritten. Doch in der weltweit zu beobachtenden Praxis gehen alle ernstzunehmenden politischen Kräfte davon aus, Einfluss auf die Massenmedien zu gewinnen und diese in mehr oder weniger intensiven Formen zu kontrollieren. Wer dominant informiert, der herrscht, könnte man verkürzt sagen.

Erfolgsvoraussetzung heißt Kampagnenfähigkeit

Wer beispielsweise als publizistischer Akteur im politischen Kräftefeld auftritt und sich mit seinen Themen und seinen Sichtweisen durchsetzen will, beteiligt sich an der Beeinflussung von Deutungsherrschaft über strittige Fragen der Gesellschaft, sowohl innerhalb von Staaten, als auch grenzüberschreitend – also international. Dabei ist entscheidend, dass es erfolgreichen Akteuren gelingt, maßgeblichen Einfluss auf das Meinungsklima zu gewinnen. Die Meinungsmacher erweisen sich dann als „kampagnenfähig“, wenn sie ihre politischen Gegner isolieren und stattdessen eigene, vor allem auch emotionalisierte Zielbilder in den Kommunikationsprozess einbringen können – getreu der Erkenntnis des amerikanischen Kommunikationswissenschaftlers Walter Lippmann: „Wichtigster Baustein öffentlicher Meinung ist die Kristallisation von Vorstellungen, von Meinungen im gefühlsbeladenen Stereotyp“.

Damit prägen sie die Bilder- und Vorstellungswelt ihrer Zielgruppen im mehrheitsfähigen Sinne und ermöglichen so die politische Durchsetzbarkeit ihres Themas. Die Strategen der politischen Propaganda wissen: Die entscheidende Meinungs-Schlacht wird völlig unblutig gewonnen, wenn es ihnen gelingt, dem Gegner eine Sprache (der Defensive) aufzuzwingen, die ihn daran hindert, seine Interessen und seine eigene geistig-politische Position zu artikulieren.

Ausländische (Des-)Informationskampagnen



Ein starkes Thema: „Desinformation – Der Kampf um die Wahrheit“.

Ziel ausgefochten werden, Gesellschaften (auch) destabilisierend zu „informieren“, ist ebenfalls schon fast Allgemeingut⁵. Sie werden auf beiden Seiten der jeweiligen Kriegsparteien eingesetzt und mit mehr oder weniger großen Erfolg durchgeführt.

Ein Blick in die Gegenwart: Laut einer Forsa-Umfrage vom Juni 2024 hält eine große Mehrheit von fast drei Viertel (73 Prozent) der Deutschen in der Bundesrepublik Desinformationskampagnen, die aus dem Ausland gesteuert werden, für eine große oder sehr große Gefahr für die Demokratie in Europa. Das zeugt von erheblichem Problembewusstsein bei den Bürgerinnen und Bürgern unseres Landes und ist erfreulich. Und dass moderne Kriege, siehe Ukraine-Russland-Krieg, nicht nur mit herkömmlichen und neuen Waffen (Drohnen) an der Front, sondern auch über digitale Informationskampagnen mit dem

⁵ Siehe Beitrag „Sind ausländische Desinformationskampagnen eine Gefahr für die Demokratie in Europa? In „Internationale Politik – Das Magazin für globales Denken“, Herausgeber Deutsche Gesellschaft für Auswärtige Politik, Berlin, Ausgabe Juli/August 2024.

Kronzeuge: Peter Scholl-Latour

Aber auch Staaten, die sich nicht mit anderen im Kriegszustand befinden, sind laufenden Desinformationskampagnen ausgesetzt, nicht zuletzt die Bundesrepublik Deutschland. Diese intervenierenden „Info-Operationen“ kommen aus Russland, aber auch aus westlichen Ländern, sprich von unseren Bündnispartnern.

Der welterfahrene und unbestechliche Peter Scholl-Latour urteilte im Zusammenhang mit den skandalösen Abhörskandalen durch US-Geheimdienste (Merkel-Zitat: „Freunde abhören, das geht gar nicht“) 2013/14 in der Bundesrepublik: „Eines will ich noch sagen – Wir regen uns zu Recht über die NSA auf. Aber man muss schon sehr naiv sein, um nicht zu wissen, dass diese Überwachung stattfindet. *Das größere Problem sind Fabriken der Desinformation, ob sie sich nun in North Carolina, London oder in Israel befinden. Die zielen auf deutsche und europäische Medien. Und das klappt. Von der ‚taz‘ bis zur ‚Welt‘ – ein Unisono ...*“⁶



Peter Scholl-Latour: Der unbestechliche Zeuge im Urteil über internationale Politik. Er sieht das Problem von „Fabriken der Desinformation“.

Beispiel: Der Fall „USAID“

Ein besonders gravierender Fall von „Informal Penetration“ im globalen Ausmaß stellt die im Juli 2025 von der Trump-Regierung weitgehend aufgelöste amerikanische Entwicklungshilfeorganisation USAID dar.



USAID

Die Entwicklungshilfeorganisation USAID finanzierte weltweit über 6.000 Journalisten um multikulturelle und linksliberale Modelle zu fördern.

6 Peter Scholl-Latour im Interview mit „Eigentümlich frei“, Oktober 2014.

Diese auch vielfältig publizistisch tätige Institution hatte u.a. weltweit über 6.000 Journalisten und über 700 Medienorganisationen – darunter auch in Ungarn – finanziert, um multikulturelle Projekte im Einklang mit linksliberalen Zielen und Interessen zu fördern. Auch soll sie dazu beigetragen haben Regierungen zu stürzen, die sich weigerten, der globalistischen Linie zu folgen. US-Präsident Trump hat nun die Liste der unterstützten Organisationen veröffentlicht und die Finanzierung eingefroren.⁷

Der Aufstieg und Fall der NGOs

„Am 17. Juli 2025 hat die amerikanische Entwicklungshilfsorganisation USAID offiziell aufgehört zu existieren. 80 Prozent der US-Hilfsprogramme im Wert von 75 Milliarden Dollar wurden gestrichen. Nur bestimmte Projekte, insbesondere im Zusammenhang mit der Aids-Bekämpfung, wurden beibehalten. Die Folge? Hunderte von Nichtregierungsorganisationen (NGOs) waren gezwungen, ihre Programme zu reduzieren, Mitarbeiter zu entlassen oder sogar ganz zu schließen.

Die westlichen Länder, allen voran die USA, haben seit dem 2. Weltkrieg NGOs geschaffen und finanziert, um ihr Zivilgesellschaftsmodell zu fördern. Die Unterstützung von NGOs, die sich der Förderung der Demokratie in korrupten und autoritären Regimes einsetzen, wurde nach dem Ende des Kalten Krieges 1991 intensiviert ...

Der Westen tut gut daran, nicht mehr zu versuchen, die Politik anderer Staaten zu manipulieren. Zum einen, weil dies gegen den Grundsatz der Nichteinmischung in die inneren Angelegenheiten eines Landes verstößt, der ein Grundpfeiler der internationalen Beziehungen ist. Vor allem aber, weil vom Ausland provozierte und gelenkte politische Veränderungen selten erfolgreich sind. Damit eine Revolution von Dauer ist, muss sie vom Volk getragen werden, nicht von einer Elite, die mehr oder weniger von der Gesellschaft abgekoppelt ist.“

Jean-Daniel Ruch, ehemaliger Schweizer Botschafter in Belgrad, Tel Aviv und Ankara, in WELTWOCHE, Nr. 33/2025.

⁷ Quelle: <https://ungarnreal.de/kontrolle-der-berichterstattungen-2.-diskreditierung-konservativer-regierungen-im-sinne-globalistischer-interessen/>

Beispiel: Das X-Gespräch von Alice Weidel und Elon Musk

Anfang 2025 kam es zu einem Aufsehen erregenden Fall weltweit-grenzüberschreitender Kommunikation durch ein Interview im Liveformat des US-Techunternehmers Elon Musk mit der AfD-Vorsitzenden Alice Weidel auf der Plattform X. Dabei bezeichnete Musk die führende AfD-Frau als „mögliche Kanzlerin“ und tauschte sich insgesamt sehr wohlwollend mit Weidel aus. Er charakterisierte die AfD als „einzige Partei, die Deutschland retten“ könne und bezeichnete die Lage Deutschlands als wirtschaftlich und kulturell „am Rande des Zusammenbruchs“. Danach legt Musk noch einen Gang zu:



Das X-Gespräch zwischen Alice Weidel und Elon Musk: Ein Riesenaufreger für den deutschen politisch-medialen Komplex des alten Parteienlagers.

Er veröffentlichte einen Gastbeitrag in der „Welt am Sonntag“, in dem er zur Wahl der AfD aufrief, was im bundesdeutschen Altparteienkartell sowie in den Leitmedien zu empörten Reaktionen führte. Auch im Hause Springer kam es zu Turbulenzen. Die Meinungschefin der WELT, Eva Marie Kogel, trat nach Veröffentlichung des Artikels zurück, der deutsche Bundespräsident Frank-Walter Steinmeier und führende bundesdeutsche Parteivertreter verboten sich diese Einmischung von außen in die deutsche Innenpolitik. Die Reaktionen glichen einem Stich ins Wespennest.

Doch warum?

Eine Antwort aus der Schweiz: Die Aufregung über Elon Musk sei grotesk, kommentierte die „Neue Zürcher Zeitung“ (NZZ), denn: Bei vergleichbaren medialen Einmischungen von außen zugunsten rot-grüner Regenbogenprojekte, pro Multikulti + Klima-Religion, die tagtäglich über vielfältige Kanäle die deutsche Bevölkerung erreicht, z.B. entsprechende Spendenflüsse des US-Milliardärs George Soros, seien keine Ablehnungsreaktionen vernehmbar, so die NZZ. Warum auch, sagt sich der grün-gefärbte deutsche Woke-Michel, sie unterstützen ja den linken Mainstream. ■

**Liebe Mitglieder und Freunde der SWG!
Für unsere Arbeit sind wir auch auf Ihre finanzielle
Unterstützung angewiesen. Bitte denken Sie deshalb
an Ihre Spende an uns. Auch kleine Beträge zählen!
Nutzen Sie bitte den diesem Heft beiliegenden
Überweisungsträger.
Es dankt herzlich Ihre SWG e.V.**

**Spendenkonto der SWG,
auch für Mitgliedsbeiträge:**

**IBAN: DE60 2005 0550 1397 1243 87
BIC: HASPDEHHXXX
bei Hamburger Sparkasse**