

Zeitschrift: Schweizer Soldat + MFD : unabhängige Monatszeitschrift für Armee und Kader mit MFD-Zeitung

Herausgeber: Verlagsgenossenschaft Schweizer Soldat

Band: 66 (1991)

Heft: 12

Artikel: Information : eine Waffe?

Autor: Knill, Marcus

DOI: <https://doi.org/10.5169/seals-715648>

Nutzungsbedingungen

Die ETH-Bibliothek ist die Anbieterin der digitalisierten Zeitschriften. Sie besitzt keine Urheberrechte an den Zeitschriften und ist nicht verantwortlich für deren Inhalte. Die Rechte liegen in der Regel bei den Herausgebern beziehungsweise den externen Rechteinhabern. [Siehe Rechtliche Hinweise.](#)

Conditions d'utilisation

L'ETH Library est le fournisseur des revues numérisées. Elle ne détient aucun droit d'auteur sur les revues et n'est pas responsable de leur contenu. En règle générale, les droits sont détenus par les éditeurs ou les détenteurs de droits externes. [Voir Informations légales.](#)

Terms of use

The ETH Library is the provider of the digitised journals. It does not own any copyrights to the journals and is not responsible for their content. The rights usually lie with the publishers or the external rights holders. [See Legal notice.](#)

Download PDF: 06.02.2025

ETH-Bibliothek Zürich, E-Periodica, <https://www.e-periodica.ch>

Information – Eine Waffe?

Von Oberstleutnant Marcus Knill, Uhwiesen

Im Golfkrieg wurde der Weltöffentlichkeit die Waffe Information recht anschaulich bewusst. Der nachfolgende Beitrag beleuchtet nun den Machtfaktor Information, das heisst die Macht der Informationsvermittler im Alltag am Beispiel der elektronischen Medien. Die Information wird künftighin immer wichtiger, vielleicht wichtiger als die Geschütze und Soldaten. Wie bei Waffen sprechen wir bei der Information von «Wirkung», den «Gegner treffen» und wie bei den verbundenen Waffen von «koordiniertem Einsatz». Vielleicht stimmt die Behauptung: Ohne Unterstützung der Medien kann heute ein Krieg kaum gewonnen werden. Ist die Information tatsächlich eine Waffe?

Ein Blick zurück bestätigt:

● Schon Napoleon nahm die Waffe Information (Nachrichten) ernst. Er bekämpfte die Feuerzeichen.

● Das Radioschiff «Göttin der Demokratie», das unter amerikanischer Obhut 1990 vor den Küsten Chinas (von Franzosen und Exilchinesen finanziert) den Kontinent bestrahlte, wurde ausgeschaltet, gezielt bekämpft.

Jeder Machthaber, jede Interessengruppe fürchtet die Wirkung der Waffe Information. Ist die Waffe in seinen Händen, so bagatellisiert er zwar gerne deren Wirkung. Bereits die Buchbewegung (das vervielfältigte Wort) löste eine geistige Revolution aus. Bilderbotschaften bewirken Gesinnungsänderungen. Bilder sprechen unsere Gefühle an (optische Revolution). Bilder berichten nicht über Ereignisse, sie stellen sie her. Bilder sind Waffen.

● Die Bilder des Bunkerbombardements (Zivilschutzraum?) vom 13.2.1991 in Bagdad mit den getöteten Frauen und Kindern veranlassten Spanien zu einer Reaktion. Es verlangte die sofortige Einstellung der Bombardements der Alliierten.

● Erst die Bilder der verfolgten Kurden (Frauen und Kinder) veranlassten Präsident Bush zu einem sofortigen Kurswechsel – Engagement mit Truppen.

Wer die Möglichkeit hat, mit Wort, Bild und Ton Inhalte zu emotionalisieren, verfügt über eine wichtige Waffe, sofern er seine Aussage verbreiten kann, oder den Zugang findet zu den Informationsverteilern.

Der Informationskrieg ist heute weitgehend ein Streit um den Zugang zu Schnittplatz, Mikrophon und Kamera.

Der Kampf um Medienpräsenz findet überall statt. Es ist ein Kampf um die Möglichkeit, Gesinnungen zu verbreiten. Auch im Bereich Gesellschaftspolitik (Aids, Drogen, Erziehung, Sicherheitspolitik, Frauenfragen usw).

Die neue Waffe Video

Der Umbruch im Osten wurde durch die neue Waffe Video beschleunigt. In der Tschechoslowakei, in Ungarn und Polen drehten Aktivisten Videojournale. Millionen von Bürgern wurden mit kopierten Videobändern über verbotene Treffen von Dissidenten informiert. Videoaufnahmen von Amateuren spielen eine enorm grosse Rolle bei verschiedensten politischen Auseinandersetzungen. Denn: Was mit Bildern dokumentiert ist, wird eher geglaubt. Bilder sind greifbar – werden begriffen (Umweltverschmutzung usw). Engagierte Videofilmer versuchten und versuchen tagtäglich, die Welt zu verändern (das heisst in ihrem Sinn zu verbessern). Rich. K. Fox sagte bereits 1870: «Wenn sie nicht lesen können, liefere ihnen einfach genug Bilder.»

Wir stehen derzeit mitten in einem «Revolutionprozess» durch Bild- und Tondokumen-



Bildreporter beim «scharfen Schuss» (Aus «Truppenpraxis» Beiheft Nr. 1/90).

te. Agenturen und TV-Stationen gelangen bereits durch Amateure zu aktuellsten Aufnahmen und Dokumenten. Dabei bildet sich eine merkwürdige Partnerschaft zwischen Aktivisten und Medien. Nachdem beispielsweise Israel versucht hatte, die Medienschaffenden mit Zensurbestimmungen bei den Zwischenfällen auszuklammern, wurden die Palästinenser mit vielen Videokameras versorgt. Die einseitigen Bilder bewirkten 1987/88 weltweit eine Welle von Mitleid zugunsten der Palästinenser. Denn die Fernsehveranstalter wünschten Bilder der Gewalt – und die Amateure konnten diese Aufnahmen liefern, das heisst Aufnahmen aus der Optik der Palästinenser.

Medien und Demokratie

In einer Demokratie müsste die Macht vom Souverän ausgehen. Damit die Bürger diese Macht richtig ausüben können, wären die Medien verpflichtet, die Bürger in freier und un-

eingeschränkter Weise über das politische Geschehen zu informieren. Ist diese Information so uneingeschränkt? Wer hat welche Machtbefugnisse?

Es lohnt sich, die Fragen einmal bei den elektronischen Medien genauer zu beleuchten. Vorab, weil das Fernsehen bei uns im innenpolitischen Bereich noch eine Monopolstellung hat. Laien sind sich der Machtposition der Fernseh- und Radiomitarbeiter kaum bewusst.

Es ist durchaus verständlich, dass die Politiker wenig verändern an der heutigen Situation. Sie sind gleichsam der Gunst der Medien-Mitarbeiter ausgeliefert. Politiker bleiben verständlicherweise eher vorsichtig bei der Forderung nach vermehrter Mitsprache bei Radio und Fernsehen. (Wer möchte schon gerne ausgeklammert werden?) Denn: **Niemand hat ein Anrecht auf Medienpräsenz.** Missliebige Themen oder Bürger können von den Mitarbeitern ohne weiteres kaltgestellt, isoliert werden. Eine Mitsprache des Volkes fehlt bei den elektronischen Medien. Der Einfluss der Trägerschaften (Radio- und Fernsehgenossenschaften) ist mehr als gering. Der Begriff «Mediokratie» wurde geprägt. Wenige bestimmen über viele und vieles. Die Waffe Information kann tagtäglich in versteckten, subtilen Bereichen angewendet werden. (Es geht dabei nicht um Konzessionsverletzungen, um gravierende, plumpe Beeinflussung.) Viele sind sich dessen gar nicht bewusst: Die Informationsvermittler **bestimmen allein** über

● **Traktandenliste** der Themen, das heisst was zum öffentlichen Gesprächsthema wer-

Checkliste Propaganda

- Vorteile übertreiben
- Nachteile bagatellisieren, verschweigen
- andere Meinungen übergehen
- ohne Quellenangabe zitieren
- bewusst falsche Behauptungen aufstellen
- an Gefühle und Vorurteile appellieren
- andeuten, Missverständnisse in Kauf nehmen
- persönlich werden, Gegenseite schlecht machen

Aus Schwarz: Handbuch der modernen Informationsmethoden.

den soll. Welches Traktandum verhandlungsfähig und wichtig ist. (Was anderntags in Büros, auf Pausenplätzen, im Tram besprochen wird.) Themen, die in der Regel auch von den Printmedien abgehandelt werden müssen.

- Bereiche, bei denen **Druck** ausgeübt werden soll.
- **Auswahl** der Fotos, Schnitt und Titel.
- **Stellenwert** des Beitrages (Länge, Platzierung).
- **Inhalt** (auch bei Filmen, bei Protestsongs)
- **Fragetechniken** (Wer fragt, führt). Zum Teil mit Kreuzverhörtechnik: zwei Journalisten gegen einen Politiker (ungleiche Spiesse).
- **Künstler/Sprecher** (Satire und Wort zum Tag). Wahl sogenannter Experten.
- **Moderation** (Einleitung, Schlussbemerkung).
- **Auswahl der Telefonanrufer** (Gewichtung, wer was gesagt hat). Diese Gewichtung ist auch nicht einsehbar, nicht überprüfbar.

Ferner bestimmen die Mitarbeiter zwangsläufig über:

- **Musik** und Geräusche, **Blickwinkel** der Aufnahme.
- **Einstellung des Mikrophons** (Klangfarbe im paraverbalen Bereich ist ein wichtiger Faktor, um Pseudonähe zu schaffen).
- **Auswahl des Publikums** (Einladungen) ermöglicht unter Umständen ein falsches Bild über die effektiven Verhältnisse (Minderheiten/Mehrheiten). Wir verweisen an dieser Stelle auf die Prägungsmöglichkeiten der Buh-Rufer und Claqueure. Da niemand bei den Verlierern sein will, lässt sich aus einer Minderheitsmeinung allmählich eine Mehrheitsmeinung bilden. Viele glauben leider: Veröffentlichte Meinung = öffentliche Meinung.

Weiter können die Macher (gewollt oder ungewollt):

- **Weglassen**, ausklammern, übersehen. Bekanntlich wertet jede Selektion! *«Was nicht berichtet wird, existiert nicht.»*
- **Verstärken**, sensibilisieren, aktualisieren.
- **Bevorzugen** (Proportionen verschieben). Empfehlung von Büchern usw.
- **Filme auswählen** und einkaufen (Mitarbeiter können damit *«ihre»* unterstützungswürdigen Filmemacher oder Autoren subventionieren → Sponsoring vom «Gesinnungsgenossen»)
- Mit anderen Medien zusammenarbeiten (Medienverbund über Kollegen als *«Filz?»*). Themenverbund über Mitarbeiter, die gleichzeitig bei Printmedien und Radio und auch beim Fernsehen Sendungen betreuen. Oder Themenverbund via befreundete Mitarbeiter, zum Beispiel Reporter A schreibt etwas über X, B sendet darüber etwas im Radio und C beruft sich auf Presse und Radio zum Thema X. Daraus resultieren vertiefende Analysen und Nachfolgesendungen zum Thema X.
- **Anheizen, Aufwärmen**, (Geschichten *«warm»* halten).
- Beliebiger **wiederholen** (Begriffe wie *«Staatskrise»*, bis der Begriff in aller Leute Munde ist oder Beispiel *«Fischen»*).
- **Stimmung schaffen** (Kernenergie), **Gewichten**, zum Beispiel das verletzte Auge eines Demonstranten, der vom Gummigeschoss getroffen wurde, in Grossaufnahme zeigen, die Verletzung des Polizisten nur verbal erwähnen. (Gemäss Konzessionsbestimmungen ist der Beitrag ausgewogen.) Worin liegt die Gefahr der Ton/Bild-Information?

In diesem Krieg wird auch mit Flugblättern und Videos gekämpft

Der Golfkrieg wird von den USA nicht nur mit Bomben und Raketen geführt. Eine ihrer Waffen ist auch die psychologische Kriegführung.

Präsident George Bush hat im August grünes Licht für folgende Massnahmen gegeben: Der Geheimdienst CIA darf Propaganda und Täuschungsmanöver betreiben, kuwaitische Rebellen unterstützen und Saddam Husseins Regime zu *«destabilisieren»* versuchen.

Zu diesem Zweck werden Propaganda-Sendungen in den Irak ausgestrahlt. Damit diese auch gehört werden, sollen heimlich Tausende von Taschenradios an die irakische Bevölkerung verteilt werden.

Auch versucht der CIA, Radio- und Videokassetten in den Irak einzuschmuggeln. Darauf wird die Stärke der US-Streitmacht dargestellt und die Korruption in Saddam Husseins Vetterwirtschaft angeprangert.

Ein Hauptziel der psychologischen Kriegführung sind die irakischen Truppen in Kuwait und im südlichen Irak: Am Mittwoch warfen US-Flugzeuge dort Millionen von Flugblättern ab. Darauf wurden die Truppen auf arabisch zur Fahnenflucht aufgefordert.

George Simor
Aus Blick vom 21. Januar 1991

- Förderung einer *«Stimmungs-Demokratie»* via **«Stimmungs-Mache»**.
- **Emotionalisieren** (dies war übrigens stets eine wichtige Vorstufe vor jeder Revolution).
- **Überbewertung optischer Reize** und der spannungsfördernden Elemente. (Das Prinzip der 4 grossen B): **Blut** (Kriminalität), **Brot** (Nahrung), **Busen** (Sex) und **Beten** (Fragen nach Leben und Tod).
- Schaffen von **Wirklichkeiten**, die vom Konsumenten **nicht überprüft** werden können.
- **Förderung des Polarisierenden**. (Statt Probleme auszutragen, werden Probleme ausgeschlachtet.) Anstelle des Vertiefens und Ringens nach Kompromissen ist *«Action»* gefragt (das heisst Zweikämpfe mit Siegern oder Verlierern). Wie steht es mit dem *«Bemühen nach einem Konsens»* bei Problemfeldern wie AKW, Umweltschutz, Armee, Wirtschaft, Auto, Asylanten und Frauenfragen?

Der Leser mag dies durch gezieltes Beobachten selbst entscheiden. Wird nicht allzu gerne der Graben zwischen den extremen Meinungen eher vertieft, das heisst eher polarisiert, als versucht, zu vermitteln?

Die unbewusste Meinungsmache und Beeinflussung, das heisst das **«Herbeisenden» ausgewählter Meinungen; dies führt letztlich dazu, dass sich die elektronischen Medien im Nachhinein auf die Stimmung im Volk berufen können – damit auf eine Meinung, die sie selbst geschürt hatten.** In der Praxis können die Macher mit Sicherheit damit rechnen, dass nach jeder Sendung via Printmedien (Leserbriefe) zwangsläufig auch Reaktionen erfolgen. Bekanntlich weisen einige Mitarbeiter der elektronischen Medien immer wieder darauf hin, dass sich ein emanzipierter Bürger kaum manipulieren lasse. Er mache sich die Meinung selbst, heisst es. Dies trifft tatsächlich zu, aber nur dann, **wenn Meinung und Gemeinmeinung mit gleichen Splessen ausgerüstet sind.** Zudem ist eine langfristige Beeinflussung durch Einseitigkeit durchaus denkbar. (Es fehlt noch an wissenschaftlichen Belegen.)

Vielfalt der Meinungen ist gefragt

Wenn wir die Programmfreiheit gewährt haben wollen; hilft weder Zensur noch Maulkorbpolitik. Die Personalpolitik darf andererseits nicht dem Zufall oder der üblichen Eigendynamik überlassen werden. Versteckte, subtile Manipulationen gilt es ernst zu nehmen, die nach heutigen Kriterien ungeahndet bleiben. Bei Quasi-Monopolbetrieben **geht es letztlich nur um die Gesinnungsvielfalt bei den Mitarbeitern. Denn kein Journalist kann seine Einstellung völlig verleugnen.** Seine innere Haltung beeinflusst wichtige Entscheide. Wichtig sind die Macher an der vordersten Front – am Schnittplatz usw.

Wer sich mit Medienpolitik, mit Beschwerden oder Anregungen in Programmfragen auseinandersetzt, merkt bald, wie gering die **Einflussmöglichkeiten der Bevölkerung** in wichtigen Fragen sind (Programmfragen). Hinzu kommt, dass **Medienkritik** von den *«Kritikern der Nation»* gar nicht geschätzt wird. Die Reaktionen auf Medienkritik führt oft zu einer Überreaktion (zum Beispiel nach UBI-Entscheiden). Selbstkritikfähigkeit sollte anstelle der Empfindlichkeit treten. Übrigens: Viele Kritiker wollen anstelle der Gesinnungsvielfalt nur ein anderes Fernsehen; ein einseitiges Fernsehen (ein Fernsehen, das die eigenen Interessen bevorzugt).

Wohl existiert ein *«Ehrenkodex»* der Journalisten. Es gibt auch **Konzessionsbestimmungen** und ein **Gegendarstellungsrecht**. Zudem wacht eine unabhängige **Beschwerdeinstanz** (UBI) darüber, ob allfällige Klagen hinsichtlich Verletzung der Konzessionsbestimmungen berechtigt sind. Die Beschwerdeinstanz verfügt jedoch weder über Macht- noch Strafbefugnisse. Subtile Manipulationen und versteckte Einseitigkeit müssen jedoch beim heutigen System geduldet werden. Zudem wurden die Möglichkeiten zu Konzessionsklagen eingeeengt. Auch die eingesetzten Kommissionen (Programmkommission) haben einen geringen Einfluss auf subtile Manipulationen und Einseitigkeiten. Wollen wir die erforderliche Programmfreiheit der Medienschaffenden unangetastet lassen, gibt es beim Fernsehen nur zwei Möglichkeiten:

Entweder sorgen wir mit einer Konkurrenz zum bestehenden System für eine echte Meinungsvielfalt via Konkurrenzsituation (analog Printmedien oder Lokalradios), oder wir müssen einen vom Volk gewählten Medienrat bestimmen (als Aufsichtsbehörde mit Kompetenzen). Andernfalls schwindet bei der Bevölkerung das Vertrauen. Und das Vertrauen in die Medien ist besonders in Krisensituationen von grösster Bedeutung.

Fazit aus der Beurteilung


- Das Vertrauen in die Medien darf nicht verloren gehen (schon im Hinblick auf Krisensituationen nicht).
- Wer Informationen vertreiben kann, verfügt über eine wichtige Waffe. Diese Waffe darf nicht in die Hand einer dominierenden Gesinnungsgruppe gelegt werden. Falls der *«Waffenschein»* missbraucht wird, sollte dieser Schein wieder entzogen werden können.
- Es geht bei den elektronischen Medien nicht um Linkslastigkeit. Auch Rechtslastigkeit wäre genauso falsch. Es geht um das Bemühen der **Ausgewogenheit hinsichtlich der Einstellung der Mitarbeiter.**
- Subtile Desinformation ist selten böswillig oder absichtlich. Sie entsteht zwangsläufig

Literaturhinweis:

Knill Marcus, Medien und PSA (ASMZ 7/8 86)
Knill Marcus, Die psychologische Beeinflussung
im Krieg (ASMZ 11 88)
Knill Marcus, Psychologische Propaganda
(ASMZ 4 87)

durch **gesinnungsmässige Einseitigkeit** (innerhalb der Teams).

- Die meisten Medienmitarbeiter bemühen sich, fair und ohne Manipulation zu arbeiten. Aber fachliches Können allein garantiert die Meinungsvielfalt noch nicht (Pluralismus hinsichtlich Gesinnung).
- Medien sollen und müssen die Mächtigen kontrollieren. Sie sind sogar zur Kontrolle verpflichtet. Doch:
 - Kritik und Kontrolle sind nicht die Hauptaufgaben der Medien.
 - Auch die elektronischen Medien müssen kontrolliert werden, wenn möglich durch eine vom Volk gewählte Instanz (Medienrat und Mediengericht).
- Freie Meinungsäusserung, offene Information darf von keiner Seite für einseitige Interessen missbraucht werden. (Zum Beispiel als Meinungssperre von Andersdenkenden.)
- Das Monopolmedium (mitfinanziert von Konzessionären, das heisst vom Volk) darf nicht zur Plattform von Minderheiten, von Sektierern oder Interessengruppen werden.
- Nur wer die subtilen Beeinflussungsmechanismen erkennt, kann ihnen widerstehen.

- Selbst wenn die Information keine Waffe wäre: Wir sind es der Demokratie schuldig, nämlich die Erhaltung der Möglichkeit zu Meinung und Gegenmeinung. 

**1191, 1291
1891, 1991
1993**

**Fünf Jahreszahlen –
und was alles mit diesen
verknüpft ist!**


für Freiheit – Demokratie – Menschenwürde

© Schweizerische Vereinigung PRO LIBERTATE,
Postfach 42, 3000 Bern 11
Schriftenreihe Nr. 3, August 1991

Bestellungen 1–10 Expl. à Fr. 2.50, ab 11 Expl. à Fr. 2.–
zuzüglich Porto und Versandkosten

Lösung Zusatzrätsel – Schweizer Soldat 10/91

Aufgabe war es, bei 11 gegebenen Wörtern einen neuen, zusätzlichen Anfangsbuchstaben zu geben. Dabei sollten wiederum neue sinnvolle Wörter gebildet werden. Bei Richtiglösung ergaben die gefundenen neuen Buchstaben der Reihe nach die Truppengattung:

«FERNSPÄHER»

10 Rätsellöser nahmen am Wettbewerb teil. Die Richtiglöser erhalten einen Anerkennungspreis, sofern sie 1991 nicht für eine andere Teilnahme belohnt werden oder belohnt worden sind.

Die **richtigen Lösungen** eingesandt haben:
Leutnant Gerster Rolf, Thürnen; Fourier Häusermann Werner, Frauenfeld; Kläger Peter, St. Gallen; Wachtmeister Klausener Hanspeter, Ennenda; Uem Pi Lehmann Andreas, Oberentfelden; Megert Willy, Bern; Hauptmann Schütz Denise, Bolligen; Rf Stäheli Thomas, Romanshorn; Wachtmeister Zürcher Ernst, Heiden.

Von einem Teilnehmer wurde uns eine Lösung auf einer Ansichtskarte mit dem Bild der «Aare bei Lauffohr» vom Aargauischen Bund für Naturschutz zugestellt. Leider kennen wir die Adresse nicht, und der Name konnte nicht genügend genau gelesen werden. Vielleicht wird sich der Teilnehmer aus Zofingen melden.

**Ungerechtfertigte Sorglosigkeit
und falsche Friedfertigkeit
richten die Freiheit zugrunde.**

Winston Churchill

Instruktionsschriften

Pistolenausbildung NEU

Erfahrene Instruktoressen geben Ihnen eine praktische Anleitung für die Pistolenausbildung. Ein Reglement für die Schiessausbildung und Waffenkenntnisse im WK.

Dieses Reglement fehlte bis heute!

Wir offerieren Ihnen dieses Werk dem Kader zum Spezialpreis von nur Fr. 15.– (solange Vorrat).

Gefechtsausbildung mit Kampfbeispielen

von Hptm M. Kuster und Major Hans von Dach ist eine Instruktionsschrift für Offiziere und Unteroffiziere. Die Gefechtsausbildung wird aufgrund der neuesten Kampfsituationen und modernster Kampfverfahren gelehrt.

Preis Fr. 32.– (für das Kader Fr. 15.–, solange Vorrat).

Führungsaufgaben

zum Selbstunterricht können solange Vorrat beim SUOV gratis bezogen werden. Sie geben Ihnen eine wertvolle Ausbildungshilfe für Ihre Aufgabe als Kadermitglied unserer Armee. Es werden max. 2 Ex. pro Bestellung abgegeben. (Porto zu Lasten des Empfängers).

125 Jahre SUOV

Adj Uof Rudolf Graf, Biel – Geschichte des SUOV. Solange Vorrat zum Spezialpreis von Fr. 15.–

Senden Sie mir bitte:

Band Pistolenausbildung Ex.	Gefechtsausb. Kampfbeisp. Ex.
Führungsaufgaben Ex.	125 Jahre SUOV Ex.

Meine Adresse:

Name:

Vorname:

Strasse:

PLZ/Ort:

Ausschneiden und einsenden an: Schweiz. Unteroffiziersverband, Bözingerstrasse 1, 2502 Biel