

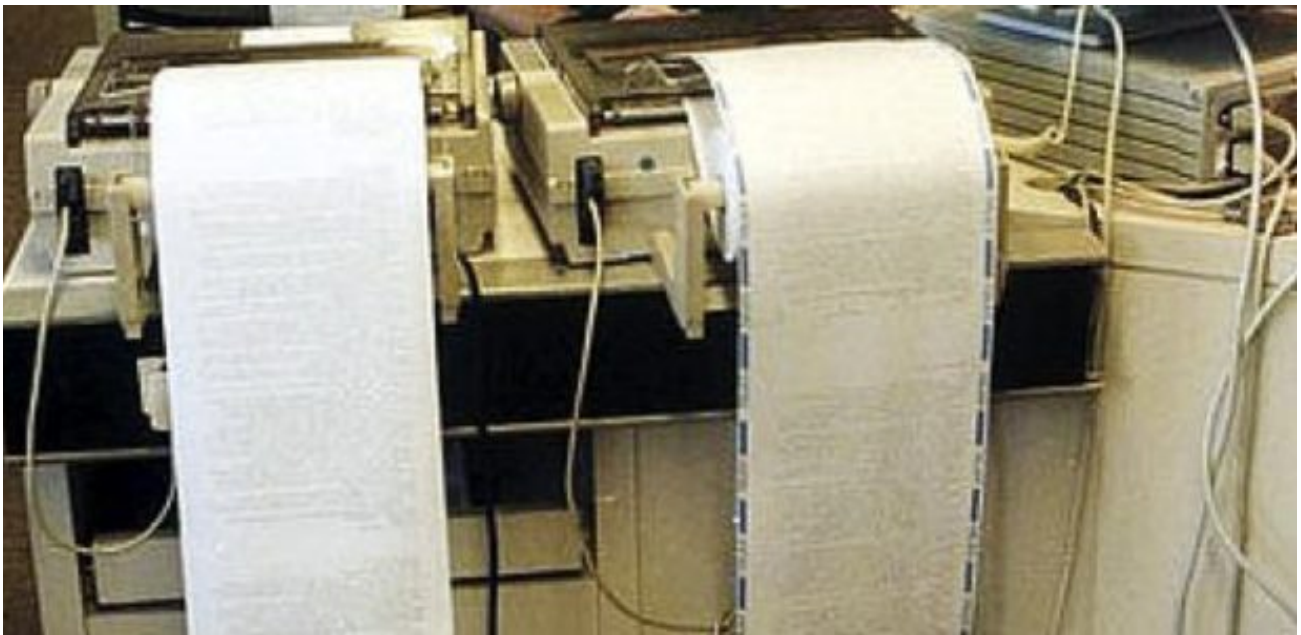
Von: **Manfred Backerra** m.backerra@t-online.de  
Betreff: Der heiße Draht der Propaganda  
Datum: 2. Mai 2017 um 23:12  
An:



<http://www.geolitico.de/2017/05/01/der-heisse-draht-der-propaganda/>

# Der heiße Draht der Propaganda

[Herbert Ludwig](#)



*Regierungen, Militärs und Geheimdienste speisen Informationen in ein ausgeklügeltes Propaganda-System. Darin spielen Nachrichtenagenturen eine zentrale Rolle.*

*„Die Nachrichtenagenturen sind die ´Aktualitätler`, sind die wichtigsten Stofflieferanten der Massenmedien. Wir erfahren vor allem das, was sie ausgewählt haben.“*

**Roger Blum**[1]

Das obige Zitat bezeichnet die zentrale Stellung der Nachrichten- und Presseagenturen in der medialen Bewusstseinsindustrie, das der österreichische Medienmanager Wolfgang Vysložil treffend auch so beschreibt: *„Nachrichtenagenturen stehen selten im Blickpunkt des öffentlichen Interesses. Dennoch sind sie eine der einflussreichsten und gleichzeitig eine der am wenigsten bekannten Mediengattungen. Sie sind Schlüsselinstitutionen mit substanzieller Bedeutung für jedes*

*Mediensystem. Sie sind das unsichtbare Nervenzentrum, das alle Teile dieses Systems verbindet.“<sup>[2]</sup>*

Diese Agenturen bieten Nachrichten über aktuelle Ereignisse als vorgefertigte Meldungen in Text, Audio- oder Filmmaterial, sowie in Form von Bildern an. Sie bestimmen wesentlich, was in den Medien weiterverbreitet wird und das Bewusstsein der Menschen erfüllen und beeinflussen soll.

Sie sind den Leuten weitgehend unbekannt, da Radio und Fernsehen ihre Quellen in der Regel nicht nennen, und die Quellenangaben in den Zeitungen nur aus einem in Klammern gesetzten Kürzel bestehen, das nur Spezialisten entziffern können. Die meisten Nachrichten und Beiträge sind von den Medien nicht selbst recherchiert, oft noch nicht mal selbst formuliert, sondern von den immer gleichen Nachrichtenagenturen bezogen. Das stellen sie nicht gerne groß heraus. Aber bei einem Vergleich fällt auf, dass viele Meldungen in vielen Zeitungen bis in die Formulierungen vielfach den gleichen oder ähnlichen Wortlaut haben.

### **Eine „frappierende Gleichartigkeit“**

So listete *Swiss Propaganda Research* in einer wichtigen Studie von 2016 u. a. folgende inhaltliche und sprachliche Ähnlichkeiten aus Meldungen internationaler Zeitungen auf:

*„Binnen weniger Stunden in Syrien. Putin droht mit neuem Militäreinsatz“*

*„Putin droht mit neuen Militäraktionen“*

*„Putin droht mit neuem Syrien-Einsatz binnen Stunden“*

*„ Putin droht nach Teilabzug aus Syrien mit weiteren Militäraktionen“*

*„Putin droht mit schneller Rückkehr“*

*„Nato besorgt über russische Aufrüstung auf der Krim“*

*„Atomwaffen auf der Krim? Nato besorgt über Truppenaufmarsch“*

*„Nato besorgt über Konzentration Russischer Truppen auf Krim“*

*„NATO concern over Russian planes in Crimea“*

*„NATO concerned over Russian forces in Crimea“*

*„Moscou déploie des missiles en Crimée, l`Otan très inquiète“<sup>[3]</sup>*

Volker Bräutigam der zehn Jahre für die Tagesschau der ARD arbeitet

hat, beschrieb die dortige Praxis so: „Ein grundsätzliches Problem liegt darin, dass (die Nachrichtenredaktion) ARD-aktuell ihre Informationen hauptsächlich aus drei Quellen bezieht: den Nachrichtenagenturen DPA/AP, Reuters und AFP. ... Der ein Nachrichtenthema bearbeitende Redakteur kann gerade noch einige wenige für wesentlich erachtete Textpassagen auf dem Schirm auswählen, sie neu zusammenstellen und mit ein paar Schnörkeln zusammenkleben.“ [4]

Das Forschungsinstitut für Öffentlichkeit und Gesellschaft der Universität Zürich kam in einer Studie von 2011 unter anderem zu folgendem Ergebnis über die Arbeit in Schweizer Redaktionen:

„Agenturbeiträge werden integral (im Zusammenhang) verwertet, ohne sie zu kennzeichnen, oder sie werden partiell umgeschrieben, um sie als redaktionelle Eigenleistung erscheinen zu lassen. Zudem herrscht eine Praxis vor, Agenturmeldungen mit wenig Aufwand ´aufzupeppen` ; hierzu werden etwa Visualisierungstechniken eingesetzt: Ungezeichnete Agenturmeldungen werden mit Bildern und Grafiken angereichert und als umfangreiche Berichte dargeboten.“ [5]

Swiss Propaganda Research fasst zusammen: „Tatsächlich stammen nicht nur die Texte, sondern auch die Bilder, Ton- und Videoaufnahmen, denen man in unseren Medien Tag für Tag begegnet, zumeist von denselben Agenturen. Was für das uneingeweihte Publikum wie ein Beitrag der lokalen Zeitung, des bevorzugten Radiosenders oder der vertrauten Tagesschau aussieht, sind in Wirklichkeit (übersetzte) Meldungen aus New York, London, Paris und Berlin. ...

Im Endeffekt entsteht durch diese Abhängigkeit von den globalen Agenturen eine frappierende Gleichartigkeit in der internationalen Berichterstattung: Von Wien bis Washington berichten unsere Medien oftmals über dieselben Themen und verwenden dabei sogar vielfach dieselben Formulierungen – ein Phänomen, das man sonst eher mit ´gelenkten Medien` in autoritären Staaten in Verbindung bringen würde.“ (s. Anm. 4)

## Wer sind diese Agenturen?

Weltweit gibt es zurzeit über 180 Nachrichtenagenturen, von denen die meisten nur die Medien ihres eigenen Landes beliefern. Von größter

Bedeutung sind die drei global agierenden Agenturen:

- „1. Die amerikanische **Associated Press** (AP) mit weltweit über 4000 Mitarbeitern. Die AP gehört US-Medienunternehmen und hat ihre Hauptredaktion in New York. AP-Nachrichten werden von rund 12.000 Medien genutzt und erreichen dadurch täglich mehr als die Hälfte der Weltbevölkerung.*
- 2. Die quasi-staatliche französische **Agence France-Presse** (AFP) mit Sitz in Paris und ebenfalls rund 4.000 Mitarbeitern. Die AFP versendet pro Tag über 3.000 Meldungen und 2.500 Fotos an Medien in aller Welt.*
- 3. Die britische **Reuters** in London, die privatwirtschaftlich organisiert ist und etwas über 3.000 Mitarbeiter beschäftigt. Reuters wurde 2008 vom kanadischen Medienunternehmer Thomson – einer der 25 reichsten Menschen der Welt – gekauft und zu Thomson-Reuters mit Sitz in New York fusioniert.“ (s. Anm. 5)*

Im deutschsprachigen Raum ist die **Deutsche Presse-Agentur** (dpa) führend, *„die als semiglobale Agentur über rund 1.000 journalistische Mitarbeiter in circa hundert Ländern verfügt. Die dpa ist im Besitz von deutschen Medienverlagen und Rundfunkanstalten und hat ihre Hauptredaktion seit 2010 im Axel-Springer-Haus in Berlin.“* (s. Anm. 5)

Daneben gibt es die **Austria Presse Agentur** (APA) mit rund 165 Redakteuren, im Besitz von österreichischen Tageszeitungen und des ORF, sowie die **Schweizerische Depeschentagentur** (SDA) mit rund 150 Mitarbeitern, im Besitz von Schweizer Medienverlagen und des SRF.

*„Die SDA und APA verfügen über kein eigenes Korrespondentennetz im Ausland. Stattdessen kooperieren sie mit der DPA und den globalen Agenturen, um Zugang zu den internationalen Nachrichten zu erhalten. ... Die dpa kooperiert ihrerseits eng mit der amerikanischen AP und besitzt die Lizenz zur Vermarktung der AP-Dienste im deutschsprachigen Raum.“***[6]**

## **Der Geist der Deutschen Presse-Agentur**

Nach dem Zweiten Weltkrieg waren die deutschen Zeitungen auf die Nachrichtenagenturen der Alliierten angewiesen, die in jeder Besatzungsmacht eine je eigene Nachrichtenagentur gegründet hatten. In der britischen Besatzungszone war dies der **„German News Service**, der

1947 in den **Deutschen Pressedienst (dpd)** umgewandelt wurde. Die deutschen Nachrichten wurden von Hamburg aus per Telegraf nach London gesendet und von dort aus in die britische Besatzungszone per Funk weitergeleitet. Die Franzosen gründeten in Baden-Baden die **Rheinische Nachrichtenagentur (Rheina)**, an der neben der französischen Militärregierung auch die Zeitungsverleger der französischen Besatzungszone Mitbesitzer waren. Die Agentur wurde später zur **Süddeutschen Nachrichtenagentur (Südena)** umgewandelt. In der amerikanischen Besatzungszone hieß die Agentur zunächst **Deutsche Allgemeine Nachrichtenagentur (DANA)**, dann **Deutsche Nachrichtenagentur (DNA)**. Sie hatte ihren Sitz in Bad Nauheim. Hier wurden neben den Tätigkeiten einer Nachrichtenagentur auch junge deutsche Journalisten ausgebildet. 1949 wurde aus dem Zusammenschluss der DNA, des dpd und der Südena die **dpa** gegründet. In der sowjetischen Besatzungszone wurde zunächst das **Sowjetische Nachrichtenbüro (SNB)** gegründet. Sein Nachfolger wurde der **Allgemeine Deutsche Nachrichtendienst (ADN)**, die einzige und zugleich politisch abhängige Nachrichtenagentur der DDR.“[7]

Wir sehen, wie die **Deutsche Presse-Agentur (dpa)** aus alliierten Vorläufern herausgewachsen und nach sorgfältiger Schulung in die betreute Freiheit entlassen worden ist. Ihre enge Zusammenarbeit mit der amerikanischen **Associated Press (ap)** spricht für sich. Dass nur die ADN in der DDR eine politisch abhängige Nachrichtenagentur gewesen sei, wie Wikipedia meint, ist daher eine Mär. Das Zusammenspiel von deutscher Politik und Medien und insbesondere die Ausrichtung beider auf die Unterstützung und Propaganda der USA- und NATO-Politik findet im Westen nur versteckter statt, wird aber im Internet immer mehr ans Licht gehoben.[8]

## **Gezielte Einflussnahme**

Die globalen Agenturen beziehen ihr Nachrichten-Material zum einen von dem großen Netz ihrer Korrespondenten in aller Welt, aus dem in den Redaktionen nach Gesichtspunkten der Political Correctness ausgewählt wird, was die Medien-Konsumenten wissen und ihr Bewusstsein beschäftigen soll. Zum anderen leiten die Herrschenden vielfach direkt eigene Inhalte in die Agenturen ein. Zu den aktivsten Akteuren im

„Einschleusen“ von fragwürdigen geopolitischen Nachrichten gehören dabei die Militärs und Verteidigungsministerien, oft in einer Art und Weise, die selbst folgsamen Agentur-Journalisten zu viel wird. So erhob im Februar 2009 der damalige Chef der Nachrichtenagentur Associated Press (AP), Tom Curley, schwere Vorwürfe gegen den US-Präsidenten George W. Bush und kritisierte insbesondere den Ausbau des Pentagon zu einer „weltweit agierenden Propagandamaschine“. Er machte publik,

*„dass beispielsweise das Pentagon über mehr als 27.000 PR-Spezialisten verfügt, die mit einem Budget von fast fünf Milliarden Dollar pro Jahr die Medien bearbeiten und gezielt Manipulationen in Umlauf bringen. Zudem hätten hohe US-Generäle gedroht, dass man die AP und ihn `ruinieren` werde, falls die Reporter allzu kritisch über das US-Militär berichten sollten.“ [9]*

*„In einer Rede, die Curley anlässlich einer Preisverleihung an der Universität von Kansas hielt, warf der Nachrichtenagenturchef der Regierung unter Präsident Bush vor, dass sie Hunderte von Menschen, darunter Journalisten, der Menschenrechte beraubt habe. Als Beispiel zitierte er einen AP-Fotografen, der im Irak länger als zwei Jahre vom amerikanischen Militär festgehalten wurde, bis ein irakisches Gericht seine Freilassung wegen mangelnder Beweise verlangte. Seit 2003 seien insgesamt 11 AP-Journalisten länger als einen Tag im Irak festgehalten worden. Im letzten Jahr wurden 8 Angestellte länger als 48 Stunden festgehalten.“[10]*

Dem Militär steht natürlich der Geheimdienst an Einflussnahme nicht nach. In einer Reportage des britischen *Channel 4* im Jahre 2011 sprachen ehemalige Mitarbeiter der CIA und der Agentur Reuters offen über die systematische Verbreitung von Propaganda und Desinformation in der Berichterstattung zu geopolitischen Konflikten:

Der ehemalige CIA-Offizier und Whistleblower John Stockwell zu seiner Arbeit im Angola-Krieg:

*„Das grundsätzliche Ziel war, es wie eine gegnerische Aggression in Angola aussehen zu lassen. In diesem Sinne schrieben wir irgendwelche Geschichten und brachten sie in den Medien unter. () Ein Drittel meines Teams in dieser Mission waren PR-Experten, deren Aufgabe es war, Nachrichten zu erfinden und sie in der Presse zu platzieren. () Die*

*...nachrichten zu erfinden und sie in der Presse zu platzieren. (...) Die Redakteure in den meisten westlichen Zeitungen sind nicht allzu skeptisch bei Meldungen, die den allgemeinen Ansichten und Vorurteilen entsprechen. (...) Einige unserer Geschichten liefen während Wochen. Aber es war alles erfunden.“*

Fred Bridgland blickte auf seine Tätigkeit als Kriegskorrespondent bei der Agentur Reuters zurück:

*„Wir basierten unsere Berichte auf offiziellen Mitteilungen. Erst Jahre später erfuhr ich, dass in der US-Botschaft ein Desinformations-Experte der CIA saß und diese Mitteilungen erfand, die überhaupt keinen Bezug zur Realität hatten. (...) Aber ehrlich gesagt, die Agenturen können irgendeinen Mist publizieren und es wird von den Redaktionen dennoch aufgenommen.“*

Und der ehemalige CIA-Analyst David MacMichael beschrieb seine Arbeit im Contra-Krieg in Nicaragua mit diesen Worten:

*„Man sagte, unser Geheimdienstwissen über Nicaragua sei so gut, dass wir sogar das Spülen einer Toilette registrieren können. Ich hatte aber eher das Gefühl, dass die Geschichten, die wir der Presse zuspielten, direkt aus der Toilette kamen.“[11]*

Auch Ulrich Tilgner, langjähriger Nahost-Korrespondent des ZDF und des Schweizer Fernsehens, warnte 2003 im Rückblick auf den Irakkrieg:

*„Mit Hilfe der Medien bestimmen die Militärs die öffentliche Wahrnehmung und nutzen sie für ihre Planungen. Sie schaffen es, Erwartungen zu wecken und Szenarien und Täuschungen zu verbreiten. In dieser neuen Art von Krieg erfüllen die PR-Strategen der US-Administration eine ähnliche Funktion wie sonst die Bomberpiloten. Die Spezial-Abteilungen für Öffentlichkeitsarbeit im Pentagon und in den Geheimdiensten sind zu Kombattanten im Informationskrieg geworden. (...) Dabei nutzen die amerikanischen Militärs die mangelnde Transparenz der Berichterstattung in den Medien gezielt für ihre Täuschungsmanöver. Die von ihnen gestreuten Informationen, die von Zeitungen und Rundfunk aufgenommen und verbreitet werden, können Leser, Zuhörer oder Zuschauer unmöglich bis zur Quelle zurückverfolgen. Somit erlinat es ihnen nicht, die ursprüngliche Absicht*

*der Militärs zu erkennen.“ (s. Anm. 11)*

Die Geheimdienste verfügen natürlich auch über zahlreiche direkte Kontakte zu den Medien, denen bei Bedarf „Informationen“ zugespielt werden können. Doch ohne die zentrale Rolle der globalen Agenturen wäre die weltweit synchronisierte Verbreitung von Propaganda und Desinformation so effizient nicht realisierbar.

*„Durch diesen medialen Propaganda-Multiplikator erreichen die zweifelhaften Botschaften der PR-Experten von Regierungen, Militärs und Geheimdiensten mehr oder weniger ungeprüft und ungefiltert die breite Öffentlichkeit. Die Journalisten beziehen sich dabei auf die Agenturen, und die Agenturen berufen sich auf ihre Quellen. Zwar wird oft versucht, mit Ausdrücken wie ‚offenbar‘, ‚angeblich‘ und dergleichen auf Unsicherheiten hinzuweisen (und sich selbst ab-zusichern) – doch da ist das Gerücht längst in die Welt gesetzt und entfaltet seine Wirkung.“ (s. Anm.3, S. 11)*

**Doch die globalen Agenturen haben nicht nur – ob immer gewollt oder nicht – ein enges Verhältnis zu den Herrschenden, sondern manchmal sind sie auch in zukünftige Ereignisse eingeweiht. So las am 11.9.2001 kurz nach 17.00 Uhr die BBC-Reporterin Jane Standley vom Teleprompter eine Meldung der Agentur Reuters ab, dass nach den Zwillingtürmen auch das „Salomon Brothers Building“ (das 42 Stockwerke hohe WTC-Building Nr. 7) eingestürzt sei, obwohl dieses noch im Hintergrund zu sehen war und erst später, um 17.20 Uhr, in harmonischem freien Fall in sich zusammenfiel.[12]**

### **Die Rolle der Medien-Korrespondenten**

Der größte Teil der Medien muss sich für die Auslandsnachrichten völlig auf die globalen Agenturen verlassen. Nur die großen Tageszeitungen und die Rundfunk- und Fernsehanstalten haben noch eigene internationale Korrespondenten, deren Zahl aber gegen die der Agenturen gering ist. Die für internationale Berichterstattung bekannte *Neue Züricher Zeitung (NNZ)* unterhält (einschließlich der Wirtschaftskorrespondenten) gerade 35 Auslandskorrespondenten.

*..In riesigen Ländern wie China oder Indien ist lediglich ein*



*„Korrespondent stationiert, ganz Südamerika wird von nur zwei Journalisten abgedeckt, während im noch größeren Afrika gar niemand fest vor Ort ist. Auch in Kriegsgebiete wagen sich die Korrespondenten nur selten vor. Über den Syrienkrieg berichten die Journalisten der deutschsprachigen Medien beispielsweise aus Städten wie Istanbul, Beirut, Kairo oder gar aus Zypern.“ (Anm. 3, S. 6/7)*

Wie erfahren aber die Korrespondenten, welche Nachrichten in der Weltregion, in der sie sich befinden, gerade aktuell sind? Natürlich von den globalen Agenturen. Der holländische Nahost-Korrespondent Joris Luyendijk hat in seinem Buch „Von Bildern und Lügen in Zeiten des Krieges: Aus dem Leben eines Kriegsberichterstatters“ die Arbeitsweise von Korrespondenten und ihre Abhängigkeit von den Weltagenturen eindrücklich beschrieben:

*„Ich hatte mir einen Korrespondenten immer als eine Art Echtzeit-Historiker vorgestellt. Wenn irgendwo etwas Wichtiges geschah, zog er los, ging der Sache auf den Grund und berichtete darüber. Aber ich zog nicht los, um irgendeiner Sache auf den Grund zu gehen. Das hatten andere längst erledigt. Ich zog nur los, um mich als Moderator an einen Originalschauplatz hinzustellen und die Informationen aufzusagen. () Die Redaktion in Holland meldete telefonisch, dass irgendwo etwas los war. Per Fax oder Mail kamen dann Agenturberichte, die ich im Radio mit meinen eigenen Worten nacherzählte und für die Zeitung zu einem Artikel zusammenschrieb. Es war den Redaktionen stets wichtiger, dass ich vor Ort erreichbar war, als dass ich im Bilde war. Die Presseagenturen lieferten genug Informationen, um sich durch jede Krise durchzuboxen. () Und so kommt es, dass man beim Blättern in Zeitungen und beim Zappen durch die Fernsehnachrichten häufig immer wieder den gleichen Bildern und Geschichten begegnet. Unsere Männer und Frauen in London, Paris, Berlin und Washington – alle fanden, dass oft die falschen Themen die Nachrichten beherrschten und dass wir uns allzu sehr und allzu sklavisch nach den Vorgaben der Presseagenturen richteten. () Die Vorstellung vom Korrespondenten ist, dass er »die Story« hat, aber in Wirklichkeit sind die Nachrichten wie ein Fließband in der Brotfabrik. Am hinteren Ende stehen die Korrespondenten und wir tun hin und*

wieder so, als hätten wir die Brötchen selber gebacken, dabei haben wir sie nur eingetütet. ()

Später wollte ein Freund einmal wissen, wie ich während der ganzen Interviews mit dem Sender immer ohne zu zögern die richtige Antwort auf alle Fragen wusste. Als ich ihm schrieb, dass die Fragen genau wie in den Fernsehnachrichten vorher abgesprochen werden, bekam ich eine E-Mail voller Verwünschungen zurück, denn meinem Freund dämmerte, was ich bereits früher erkennen musste: Jahrzehntlang war er in den Nachrichten auf Schauspieler hereingefallen.“ (Anm. 3, S.6/7)

Der typische Medien-Korrespondent kann also im Allgemeinen kaum eigenständige Recherche betreiben, sondern ist auch dort von den globalen Agenturen abhängig, deren vorgegebene Themen er zumeist nur bearbeitet und verstärkt – der berüchtigte „Mainstream-Effekt“. Und wenn einer versucht, selbstständig zu recherchieren und zu berichten, macht er folgende Erfahrungen: Nahost-Korrespondent Luyendijk:

„Immer wenn ich an den Presseagenturen, den großen angelsächsischen Medien und den talking heads (westliche Gesprächspartner und NGOs in arabischen Ländern) vorbei eine Reportage machen wollte, ging das daneben. () Offenbar konnte ich als Korrespondent ganz verschiedene Geschichten über ein und dieselbe Situation erzählen. Doch die Medien konnten nur eine davon bringen, und oft genug war das genau diejenige Geschichte, die das bereits vorherrschende Bild bestätigte.“ (Anm. 3, S. 13)

Als ein ARD-Korrespondent im libanesischen Bürgerkrieg über die mit eigenen Augen beobachtete materielle Unterstützung einer Miliz durch ein Nachbarland berichtete, kontaktierte der damalige Intendant der ARD wegen dieses nicht opportunen Beitrages sogleich den Chefredakteur, der dem betroffenen Journalisten umgehend einen Wechsel nach Südafrika nahelegte.

Der langjährige Nahost-und Afghanistan-Korrespondent Ulrich Tilgner verließ das ZDF, weil er aufgrund von „Bündnisrücksichten“ und „Eingriffen in seine Arbeit“ nicht mehr frei berichten konnte: „[Früher] wollte man wissen: Was haben die Leute vor Ort zu sagen? Heute werden Beiträge nur zu oft in den Redaktionen zusammenggebaut und der Sendeablauf wird

*designed“.*

Auch die langjährige Nahost-Korrespondentin Karin Leukefeld machte die Erfahrung, dass ihre

Reportagen aus Syrien von deutschen Redaktionen plötzlich nicht mehr angenommen wurden. Man beschied ihr, sie müsse sich an die „einschlägigen Agenturmeldungen“ halten.

## **Fazit**

Die Medien der Welt sind weitgehend von den nationalen und globalen Nachrichtenagenturen abhängig, wodurch eine frappierende Gleichartigkeit in der internationalen Berichterstattung entsteht. Die Nachrichtenagenturen wiederum arbeiten an den kurzen oder langen Fäden der Herrschenden. Der ehemalige AP-Journalist Herbert Altschull bezeichnete daher das Folgende als das Erste Gesetz des Journalismus:

„In allen Pressesystemen sind die Nachrichtenmedien Instrumente derer, die die politische und wirtschaftliche Macht ausüben. Zeitungen, Zeitschriften, Radio -und Fernsehsender handeln also nicht unabhängig, obwohl sie die Möglichkeit unabhängiger Machtausübung besitzen.“ (Anm. 3, S. 14)

Zudem sind unsere führenden Medien bzw. deren Schlüsselpersonen oftmals selbst in die Netzwerke der transatlantischen Elite eingebunden. (Anm. 8)

## **Anmerkungen**

[1] Roger Blum et al. (Hrsg.): Die Aktualitätler. Nachrichtenagenturen in der Schweiz, Bern, 1995

[2] zitiert nach Wikipedia – Nachrichten- und Presseagentur

[3] <https://swisspropaganda.files.wordpress.com/2017/01/studie-der-propaganda-multiplikator-2016-ms.pdf>, S. 4, 6; siehe auch *ExpressZeitung* 4.2.2017

[4] a.a.O., S. 5

[5] a.a.O., S. 2

- - ,  
[6] a.a.O., S.3

[7] Wikipedia – Nachrichten- und Presseagentur

[8] Vergl. GEOLITICO: „[Herrschaft und Indoktrination](#)“

[9] Vgl. Anm. 3, S. 9

[10] <https://www.heise.de/newsticker/meldung/USA-AP-Chef-beklagt-den-Druck-des-Militaers-auf-unabhaengige-Berichterstatter-206637.html>

[11] zitiert nach Anm.3, S. 10

[12] [https://www.matrixwissen.de/index.php?option=com\\_content&view=article&id=101:introductory-summary-on-911&catid=57:911&Itemid=90&lang=de](https://www.matrixwissen.de/index.php?option=com_content&view=article&id=101:introductory-summary-on-911&catid=57:911&Itemid=90&lang=de)















