Wie die Medien Wahrheiten manipulieren.

Wie die Medien Wahrheiten manipulieren.

Die Manipulation durch Medien nimmt immer bedenklichere Formen an.

Ganz gleich ob die Presseinformationen uns über die Printmedien oder über den Äther erreichen – sie werden häufig manipuliert um unsere Wahrnehmung präzise zu steuern und zu kontrollieren. Täglich werden wir bewusst von den Medien manipuliert!



Mediale Kontrolle

Die Fesseln der mentalen Kontrolle, der Wahrnehmungsfilterung und der kulturellen Konditionierung sind heute schwerer abzustreifen als jemals zuvor.

Präzise Kontrolle unseres Bewusstseins

Wir sind die konditioniertesten, programmiertesten Wesen, welche die Welt je gesehen hat. Nicht nur, dass unsere Gedanken und Einstellungen kontinuierlich geformt und gestaltet werden, unser ganzes Bewusstsein scheint subtil und unerbittlich ausgelöscht zu werden. Die Türen unserer Wahrnehmung werden sorgfältig und präzise kontrolliert.

Quelle: https://blog.kumhofer.at/wie-die-medien-wahrheiten-manipulieren/

Es ist eine erschöpfende und endlose Aufgabe, den Leuten ständig zu erklären, wie die meisten Dinge ihrer Alltagsweisheit wissenschaftlich über Tausend Medienclips in das öffentliche Bewusstsein gepflanzt werden.

Selbst Medien werden kontrolliert und manipuliert.

Um Zeit zu sparen erfahren Sie nun als erstes ein wenig Hintergrundwissen über die Informationshandhabung in diesem Land. Sobald die Grundlagen, wie unser momentanes System der Medienkontrolle historisch erreichtet wurde, verdeutlicht wurden, werden Sie eher in der Lage sein, jeden beliebigen Bericht in den heutigen Nachricht in Frage zu stellen.

Wenn jedermann an etwas glaubt, ist es vermutlich falsch. Wir nennen das Alltagsweisheit.

In Amerika ist Alltagsweisheit mit Massenakzeptanz – um es auf einen kurzen Nenner zu bringen – zumeist so entstanden.

Jemand hat dafür bezahlt!

Beispiele:

– Medikamente machen gesund

– Impfungen machen Immun

– Wenn ein Kind krank ist, braucht es Antibiotika

– Die Heilung von Krebs steht kurz bevor

– Chemotherapie und Bestrahlung sind effektive Behandlungsmethoden gegen Krebs

– Krankenhäuser sind sicher und sauber

– Fleisch ist gesund

– Tierisches Eiweiss ist wichtig für unserer Ernährung

– Ob man dick wird oder nicht hängt davon ab, wie viel man isst (Kalorien zählen!)

– Milch ist ein guter Kalzium-Lieferant

– Vitamin C ist Ascorbinsäure

– Aspirin schützt vor Herzinfarkt

– Herzmittel stärken das Herz

– Schwangerschaft ist ein schwerwiegender medizinischer Zustand

– Wenn bei Ihrem Kind eine Ohrinfektion festgestellt wird,

sollte sofort Antibiotika verabreicht werden, „für alle Fälle“

– Das Ziel der Gesundheitsvorsorgeindustrie ist Gesundheit

– HIV ist die Ursache von AIDS – AZT ist die Heilung

– AD(H)S entsteht durch eine Stoffwechselstörung im Gehirn (und die Lösung dafür heißt Ritalin o.ä.)

– Ohne Impfungen würden die Seuchen zurückkehren

– Fluorid im Trinkwasser schützt Ihre Zähne

– Grippeimpfung schützt vor Grippe

– Impfstoffe sind gründlich erprobt worden, bevor sie zugelassen wurden

– Ärzte sind sich sicher, dass der Nutzen der Impfstoffe die möglichen Risiken bei weitem überwiegt

– Chronische Schmerzen sind eine normale Alterserscheinung

– Soja ist Ihre gesündeste Proteinquelle

– Insulininjektionen heilen Diabetes

– Bei Diabetes ist Fleischessen unbedenklich

– Wenn wir Ihre Gallenblase entfernt haben, können Sie essen, was Sie wollen

– Arthrose ist nicht heilbar

– Deutschland ist Jodmangelgebiet

Diese Liste von Illusionen hat Milliarden und Abermilliarden Dollar gekostet, um herbeibeschworen zu werden.

Haben Sie sich je gefragt, warum Sie den Präsidenten nie in der Öffentlichkeit sprechen sehen, es sei denn, er liest ab? Oder warum die meisten Leute dieses Landes im allgemeinen über die oben aufgeführten Dinge auf gleichartige Weise denken?

Wie es begann.

Im Buch „Trust Us We’re Experts“ („Vertrauen Sie uns, wir sind Experten“) haben die Autoren John Stauber & Sheldon Rampton einige verblüffenden Informationen zusammengetragen, welche die Wissenschaft der Erzeugung einer „öffentlichen Meinung“ in Amerika beschreiben (eins zu eins auf Deutschland übertragbar).

Sie verfolgen die moderne öffentliche Beeinflussung zurück bis in das frühe vorige Jahrhundert, beleuchten die Arbeit von Typen wie Edward L. Bernays, dem Vater der Verdrehung. Aus Bernays eigener erstaunlicher Chronik mit dem Titel „Propaganda“ lernen wir, wie Edward L. Bernays die Ideen seines berühmten Onkels Sigmund Freud übernahm und sie auf die gerade entstehende „Wissenschaft der Massenbeeinflussung“ anwendete.

Der einzige Unterschied war, dass Bernays die Prinzipien nicht dazu benutzte, um verborgene Motive im menschlichen Unterbewusstsein aufzudecken, sondern um Absichten zu verkleiden und Illusionen zu schaffen, die rein zu Profitzwecken die Menschen betrogen und Tatsachen verfälschten.

Der Vater der Verdrehung

Edward Bernay Bernays dominierte die PR-Industrie seit den 30ern und war für gute 40 Jahre danach eine bedeutende Kraft. Während der ganzen Zeit nahm Bernays Hunderte verschiedener Aufträge an, um die öffentliche Wahrnehmung einer Idee oder eines Produkts zu erschaffen oder zu (ver-) formen. Als Neueinsteiger beim Ausschuss für Öffentliche Informationen (Committee an Public Information) war einer seiner ersten Aufträge, der amerikanischen Öffentlichkeit den Ersten Weltkrieg mit der Vorstellung zu verkaufen, „die Welt sicher für die Demokratie zu machen.“ (Ein Prinzip, das seither von den Amerikanern für annähernd jeden ihrer Kriege herhalten musste: Vom zweiten Weltkrieg, über Vietnam- und Koreakrieg, bis in die neuesten Tage.

1929: Manipulation von Frauen

Wenige Jahre später gelang Bernays die Meisterleistung, die Vorstellung von Zigaretten rauchenden Frauen zu popularisieren. Bei der Organisation der Osterparade von 1929 in New York City bewies Bernays, dass er eine Kraft sei, mit der man rechnen konnte. Er organisierte die Brigade „Fackeln der Freiheit“, in welcher Frauenrechtlerinnen marschierten, die Zigaretten rauchten, als Zeichen der Frauenbefreiung. Aus diesem Ereignis resultierte eine solche Publicity, dass Frauen seither ungeniert ihre Lungen in der Öffentlichkeit zerstörten, wie es seit jeher die Männer taten.

Bernays machte auch die ganz und gar unsinnige Idee vom Speck zum Frühstück populär. Als einer, der Herausforderungen nicht abschlägt, richtete er zusammen mit der AMA (American Medical Association, amerikanische Ärztevereinigung) die Werbestrukturen ein, welche fast 50 Jahre währten, die „bewiesen“, dass Zigaretten gesundheitsfördernd seien.

Schauen sie ruhig mal in Ausgaben der Time oder Life aus den 40er oder 50er Jahren. Während der nächsten Jahrzehnte entwickelten Bernays und seine Kollegen die Prinzipien, mit denen Menschenmassen durch Nachrichten, die hunderte Male wiederholt werden, beeinflusst werden könnten.

Als der Wert der Medien erkennbar wurde, versuchten andere Länder unserer Spur zu folgen. Aber Bernays war der goldene Standard. Goebbels, der Propagandaminister unter Hitler, studierte die Prinzipien Bernays, als er die volkstümliche Begründung entwickelte, mit der er die Deutschen überzeugen wollte, dass sie ihre Rasse reinigen sollten. (Stauber).Bernays Aufgabe war, Angelegenheiten zurechtzurücken, ein künstliches Bild zu erschaffen, das ein bestimmtes Produkt oder eine Idee in ein gewünschtes Licht rückt. Bernays beschrieb die Öffentlichkeit als eine „Herde, die geführt werden muss“. Dieses herdenhafte Denken mache die Leute „empfänglich für Führung“ . Er wich dabei nie von seinem ersten Grundprinzip ab, „die Massen ohne ihr Wissen zu kontrollieren“. Die beste PR ist, wenn die Leute nicht bemerken, wie sie beeinflusst werden.

Stauber beschrieb Bernays Begründung wie folgt-“ Die wissenschaftliche Manipulation der

Öffentlichen Meinung war notwendig, um Chaos und Konflikt in einer demokratischen Gesellschaft zu überwinden.“

Diese frühen Massenbeeinflusser posierten, als würden sie einen moralischen Dienst für die allgemeine Menschheit leisten. Demokratie ist zu gut fürs Volk; man muss ihm sagen, was es denken soll, weil es von sich aus nicht zu rationalem Denken fähig ist.

Große Menschenzahlen müssen auf diese Weise kooperieren, wenn sie in einer ausgeglichen funktionierenden Gesellschaft zusammenleben sollen.In beinahe jeder Handlung unseres Lebens, ob in der Sphäre der Politik oder bei Geschäften, in unserem sozialen Verhalten und unserem ethischen Denken werden wir durch eine relativ geringe Zahl von Personen beherrscht, die die mentalen Prozesse und Verhaltensmuster der Massen verstehen.

Jene, welche die Fäden ziehen, kontrollieren das öffentliche Denken!Eine andere Ansicht zum Thema vertrat Thomas Jefferson, der (nach Washington und Adamas) dritte Präsident der USA: „Ich kenne keinen sichereren Treuhänder der letztendlichen Macht der Gesellschaft als das Volk an sich; und wenn wir die Leute nicht für erleuchtet genug halten, diese Kontrolle mit wohlwollender Umsicht durchzuführen, dann ist die Abhilfe nicht, sie ihnen wegzunehmen, sondern ihre Umsicht zu schärfen.

Bernays glaubte, dass nur einige wenige den nötigen Einblick in das Gesamtbild haben, um mit dieser „heiligen Aufgabe“ betraut zu werden. Und ganz zufällig hielt er sich für einen dieser Wenigen.

Hier kommt das Geld ins Spiel.

Sobald die Möglichkeiten der Anwendung der Freudschen Psychologie auf die Massenmedien erkannt wurden, hatte Bernays mehr Konzernkunden als er bewältigen konnte. Globale Konzerne stürzten aus allen Richtungen herbei, um dem neuen Bildemacher zu hofieren. Es gab Dutzende Güter, Dienstleistungen und Ideen, die einer empfänglichen Öffentlichkeit verkauft werden sollten. Über die Jahre haben diese Spieler das Geld gehabt, um ihre Bilder wahr werden zu lassen.

Einige Beispiele:

– Philip Morris (einer der größten Tabakkonzerne, Hersteller von z.B. Marlboro)

– Pfizer (Pharmahersteller, heute vorwiegend bekannt durch das Potenzmittel Viagra“)

– Union Carbide (Chemie)

– Allstate (Versicherungen)

– Monsanto (Bio-Tech-Konzern, der kürzlich negativ auffiel als er in Indien regelrechte Volksaufstände provozierte.

Monsanto war es gelungen, ein Patent auf Reis anzumelden und somit den armen Bauern ihren genmanipulierten Reis aufzuzwingen, der jährlich neu gekauft werden muss „)

– DuPont (intern. Chemieriese)

– Eli Lilly (Pharma-Hersteller von gefährlicher Glücksdrogen wie z. B. Prozac)

– Ciba Geigy (schweizer Pharmakonzern, heute fusioniert zu Novartis, dem Ritalinhersteller)

– Clorox (Haushaltswaren etc.)

– Blei-Industrie – Coors (Brauerei)

– Shell Oil (Rothschild)

– Standard Oil (Rockefeller)

– Procter & Gamble

– Boeing

– General Motors

– Dow Chemical (Multikonzern, Agrar, Pharma, Medizin, Chemie, Öl, Textil, Papier u.vm.), General Mills (Getreideprodukte, Lebensmittel)

– GoodyearDie SpielerDutzende PR-Firmen sind entstanden, um die Nachfrage zu befriedigen.

Darunter folgende:

Burson-Marsteller, Edelman, Hill & Knowlton, Kamer-Singer, Ketchum, Mongovin, Biscoe und Duchin, BSMG, Buder-Finn.

Obwohl dieselben innerhalb der PR-Industrie wohlbekannt sind, kennen wir diese Namen nicht – aus gutem Grund.

Die beste PR ist die unbemerkte. Seit Jahrzehnten haben sie Meinungen geschaffen, mit denen die meisten von uns groß geworden sind, zu praktisch allem, was entferntest kommerziellen Wert hat:

– pharmazeutische Drogen

– Impfstoffe

– der Berufsstand der Mediziner

– eine schlechte Meinung über alternative Medizin

– Fluoridbehandlung des Trinkwassers

– Chlor

– Dioxin,

– globale Erwärmung

– verbleites Benzin

– Krebsforschung und -behandlung

– Meeresverschmutzung

– Holz und Wälder

– Image von Berühmtheiten

– Krisen- und Katastrophenmanagement, einschließlich Schadenbegrenzung

– genetisch veränderte Lebensmittel

– Aspartam

– Nahrungsmittelzusatzstoffe (Farbstoffe, Geschmacksverstärker, Aromen etc.)

– Mikrowelle

– Fertiggerichte

– zahnmedizinische Amalgame

Die Wissenschaft muss als Beweis herhalten. Bernays lernte schnell, dass die erste Lektion, die effektivste Weise, um Glaubwürdigkeit für ein Produkt oder eine Vorstellung zu schaffen, eine Beurteilung durch eine „unabhängige dritte Partei“, durch ein „unabhängiges Gremium“ also, sei. Wenn beispielsweise General Motors (GM) damit an die Öffentlichkeit treten würde, dass die Erderwärmung nur ein dummer Scherz sei, der von ein paar baumvernarrten Liberalen in die Welt gesetzt wurde, würden die Leute die Motive von GM bezweifeln, da GM schließlich seinen Gewinn mit dem Verkauf von Autos erzielt. Wenn jedoch ein unabhängiges Forschungsinstitut mit einem sehr glaubwürdig klingendem Namen wie z.B. „Globale KlimaKoalition“ mit einem Forschungsbericht herauskommt, der feststellt, dass die globale Erwärmung nur eine Einbildung sei, würden die Leute verwirrt werden und Zweifel an der ursprünglichen Ansicht bekommen. Und das ist genau das, was Bernays machte.

Mit einer genialen Politik gründete er „mehr Institute und Stiftungen als Rockefeller und Carnegie zusammen“. Unauffällig durch jene Industrien finanziert, deren Produkte bewertet wurden, würden diese „unabhängigen“ Gremien und Forschungseinrichtungen „wissenschaftliche“ Studien und Pressemitteilungen heraussprudeln, die das Image erzeugen würden, das ihre Macher haben wollen.

Solche Frontgruppen bekommen hochtrabende Namen wie:

– Temperaturforschungsstiftung

– Internationaler Rat für Lebensmittelinformation

– Verbraucherschutz,

– Koalition für den Fortschritt wahrer Wissenschaft

– Stiftung für saubere Luft

– Stiftung für industrielle Gesundheit

– Manhattan-Institut

– Zentrum für Produktqualität

– Rat der Tabakforschungsinstitute

– Cato-Institut

– Amerikanischer Rat für Wissenschaft und Gesundheit,

– Globale Klima-Koalition

– Allianz für bessere Ernährung

Die klingen doch wirklich hübsch echt, nicht wahr?

Nachrichtenkonserven – Medienmanipulation – wie entstehen Nachrichten?

Wie Stauber erklärte, sind diese und zahllose ähnlich klingende Organisationen die Frontgruppen, deren einzige Aufgabe darin besteht, das Image der globalen Konzerne (die oben teils aufgelistet wurden) zu verbessern. Und dies geschieht u.a. über einen endlosen Strom von „Pressemeldungen“, die “ bahnbrechende neueste wissenschaftliche Forschungsergebnisse und Erkenntnisse“ an jeden Radiosender und jede Zeitung verbreiten (J. Robbins. Quellenangaben, s. S. 16).

Viele dieser Konservenberichte lesen sich wie echte Nachrichten und wurden tatsächlich absichtlich in das Nachrichtenformat gebracht. Dies erspart Journalisten die Mühe, das Thema selbst nachzurecherchieren, vor allem bei Themen, von denen sie kaum Ahnung haben. Ganze Abschnitte, oder im Falle von Videonachrichten gar komplette Meldungen, können ohne Bearbeitung mit Verfasserangabe des Reporters, der Zeitung oder des Fernsehsenders übernommen werden!

Fertignachrichten! Geschrieben von PR Unternehmen.

Geschieht dies wirklich so? Ja, jeden einzelnen Tag, seit den 20ern, als die Idee der Nachrichtenmeldung durch Ivy Lee erfunden wurde. Manchmal basiert die Hälfte der Berichte einer Wall Street Journal Ausgabe allein auf solchen PR-Pressemeldungen. Solche Berichte werden gerade unter ordentlich recherchierte Berichte gemischt. Solange Sie nicht selbst Journalist sind oder eigene Rechercheerfahrung besitzen, werden Sie den Unterschied kaum bemerken können.

Die Sprache der Verdrehung.

Als die Verdrehungs-Pioniere der 20er wie Ivy Leeb und Edward Bernays mehr Erfahrung gesammelt hatten, begannen Sie, Richtlinien zur Erzeugung der öffentlichen Meinung zu formulieren. Sie lernten schnell, dass die Psychologie des Pöbels sich auf Emotionen konzentriert und nicht auf Tatsachen. Die PR-Präsenation stütze sich daher nicht auf Logik, sondern auf die Präsentation.Hier einige Axiome (anerkannter wissenschaftlicher Grundsatz) der neuen Wissenschaft namens „PR“: – Technologie ist im Grunde Religion.

– Wenn das Volk nicht fähig zu rationalem Denken ist, dann ist wahre Demokratie gefährlich.

– Wichtige Entscheidungen sollte man Experten überlassen.

– Beim Zurechtrücken von Angelegenheiten, halten Sie Abstand zur Substanz, erschaffen Sie Bilder.

– Äußern Sie keine eindeutig beweisbaren Lügen.

Worte werden aufgrund ihrer emotionalen Wirkung sehr sorgfaltig gewählt.

Hier ein Beispiel:

Eine Frontgruppe namens Internationaler Rat für Lebensmittelinformation kümmert sich um die öffentliche Abneigung gegen gentechnisch veränderte Lebensmittel. Schlüsselworte werden durchweg im ganzen Text wiederholt. Die Öffentlichkeit fürchtet sich instinktiv vor neuen Schöpfungen, die plötzlich in den Regalen des Gemüsehändlers auftauchen und von denen gesagt wird, dass ihre Erbsubstanz manipuliert sei. Der Internationale Rat für Lebensmittelinformation möchte die Öffentlichkeit jedoch von der „Unbedenklichkeit“ genmanipulierter Lebensmitteln überzeugen, also vermeidet er Worte wie:

Frankenstein, Hitler, Biotechnologie, chemisch, DNS, Experimente, Sicherheit, Wissenschaftler, Bestrahlung, Gen-Roulette, Gen-Beschuss, Zufall.

Statt dessen enthält gute PR für genmanipulierte Lebensmittel Wörter wie: Kreuzung, natürliche Ordnung, Schönheit, Wahl, Spende, Artenkreuzung, Vielfalt, Erde, organisch, gesund…

Die Tatsache, dass genmanipulierte Lebensmittel keine Kreuzungen sind, die der langsamen und sorgfältigen wissenschaftlichen Methode der echten Kreuzzucht unterworfen waren, spielt keine wirkliche Rolle. Hier haben wir es mit Pseudowissenschaft, nicht mit echter Wissenschaft zu tun. „Die Form ist alles, die Substanz nur ein flüchtiger Mythos“.

Was meinen Sie, wer den Internationalen Rat für Lebensmittelinformation finanziert? Raten Sie drauf los! Richtig: Monsanto, DuPont, Frito-Lay, Coca Cola, Nutrasweet – all jene, die aus genmanipulierten Lebensmitteln Gewinn ziehen.

Eigenschaften guter Propaganda.

In der weiteren Entwicklung der Massenkontrolle entwickelten PR-Firmen Richtlinien für effektives Vorgehen: Entmenschlichen Sie die angegriffene Partei, indem Sie sie beim

Namen nennen und dann als … abstempeln

– Sprechen Sie in prachtvollen Allgemeinplätzen mit emotional positiven Worten

– Wenn Sie sich dazu gezwungen sehen, etwas zuzugestehen, verwenden sie kein Klardeutsch;

– Versuchen Sie, Zeit zu gewinnen;

– lenken Sie ab

– Holen Sie Beurteilungen von Berühmtheiten, Kirchen, Sportlern, Straßenvolk ein

– von jedermann, der keine Fachkenntnisse zum Thema parat hat

– Der Kniff fürs „Fußvolk“: Unsere Milliardäre sind auch nur Menschen wie wir

– Wenn Sie Gräuel verharmlosen, sagen Sie nichts Denkwürdiges

– Wenn Sie Gräuel verharmlosen, heben Sie den Nutzen des Geschehenen hervor

– Wenn Sie Gräuel verharmlosen, vermeiden Sie unbedingt moralische FragenMerken Sie sich diese Liste. Fangen Sie an, nach diesen Techniken Ausschau zu halten. Sie sind nicht schwer zu finden – schauen Sie in die Zeitung oder die Fernsehnachrichten. Sehen Sie, was sie tun; die Jungs sind gut!

Wissenschaft zu vermieten.

PR-Firmen sind sehr geschickt bei der Vorbereitung von Nachrichtenmeldungen geworden. Sie haben gelernt, die Namen berühmter Wissenschaftler mit der Forschung zu verknüpfen, Wissenschaftler allerdings, die ihre Nase unter Umständen nicht ein einzige Mal in die betreffende Forschungsarbeit hineingesteckt haben. Auf diese Weise wird Redakteuren von Zeitungen oder Nachrichtensendungen oft nicht mal bewusst, dass einzelne Berichte völlige PR-Fabrikationen sind. Stauber erzählt die verblüffende Geschichte, wie verbleites Benzin zur Einführung kam. 1922 entdeckte General Motors (GM), dass die Beigabe von Blei zum Benzin mehr PS erbrachte. Als es Bedenken wegen der Sicherheit gab, bezahlte GM das Bergbauamt dafür, einige gefälschte „Versuche“ durchzuführen und unechte Forschungsergebnisse zu veröffentlichen, die „bewiesen“, dass das Einatmen von Blei harmlos sei.

Stellen wir in diesem Zusammenhang Herrn Charles Kettering vor. Charles Kettering war nicht nur Gründer des weltberühmten Sloan-Kettering Gedächtnisinstitut für medizinische Forschung, sondern zufällig auch Vorstand bei General Motors. Durch einige seltsame Zufälle bringt das Sloan-Kettering Institut bald darauf Berichte heraus, die aussagen, dass Blei von Natur aus im Körper vorkommt, und dass der Körper die Möglichkeit habe, geringe Mengen davon wieder auszuscheiden.

Durch ihrer Verbindung zur Stiftung für industrielle Hygiene (Industrial Hygiene Foundation) und zum PR Riesen Hill & Knowlton boykottierte Sloane- Kettering jahrelang alle Anti-Blei-Studien mit Erfolg (Stauber, S. 92).

Ohne organisierten wissenschaftlichen Widerstand wurde in den nächsten 60 Jahren mehr und mehr Benzin verbleit, bis in den 70ern schon 90% des Benzins verbleit waren. Nach langen Jahren unermüdlicher, unabhängiger Aufklärungsarbeit wurde die Schädlichkeit von Blei jedoch zu offensichtlich, um weiter vertuscht werden zu können, und verbleites Benzin wurde in den späten Achtzigerjahren langsam abgeschafft. Aber in den insgesamt 60 Jahren wurden schätzungsweise 30 Millionen Tonnen Blei staubförmig auf Amerikas Straßen und Autobahnen freigesetzt. 30 Millionen Tonnen.

Das, Freunde, ist die Auswirkung von Lügen-PR“Ramsch-wissenschaft“1993 schrieb ein Typ namens Peter Huber ein Buch namens „Galileos Rache“. Darin prägte er den neuen Begriff der sog. „Ramschwissenschaft“.

Hubers flache These lautete, dass wahre Wissenschaft Technologie, Industrie und Fortschritt fördere. Alles Übrige sei Ramschwissenschaft. Wenig überraschend erklärt Stauber, wie Hubers Buch durch das indus-triegestützte Manhattan-Institut gefördert wurde. Hubers Buch wurde allgemein wenig beachtet, nicht nur, weil es schwach geschrieben war, sondern auch, weil es ihm nicht gelang, eine Tatsache zu verstehen:

Wahre wissenschaftliche Nachforschung beginnt ohne Schlussfolgerung.

Wahre Wissenschaftler suchen die Wahrheit, weil sie noch nicht wissen, was die Wahrheit ist.

Wahre wissenschaftliche Methoden sehen so aus:

1. Man bilde eine Hypothese

2. Man treffe Vorhersagen für diese Hypothese

3. Man prüfe die Vorhersagen im Versuch

4. Man verwerfe, bestätige oder revidiere die Hypothese aufgrund der Forschungsergebnisse.

Der Bostoner Universitätswissenschaftler Dr. David Ozonoff erklärt, dass Ideen in der Wissenschaft etwas wie „lebende Organismen“ seien, die genährt, gepflegt und mit (Finanz-) Mitteln kultiviert werden müssten, damit sie wachsen und erblühen könnten. Große Ideen, die diese finanziellen Mittel aufgrund kommerzieller Betrachtungswinkel nicht erhalten, fallen daher kaum auf, sie verkümmern und sterben ab.

Ein weiteres Indiz, anhand dessen Sie oft wahre und falsche Wissenschaft voneinander unterscheiden können, ist, dass wahre Wissenschaft auf Mängel in ihrer Forschung hinweist. Falsche Wissenschaft heuchelt, dass es keine Mängel gäbe.

Echte Ramsch-wissenschaft

Konzerngesponserte Forschung, ob im Bereich der Medikamente, der genmanipulierten Lebensmittel oder der Chemie beginnen immer mit beabsichtigten Schlussfolgerungen. Es wurde daher Aufgabe des modernen Wissenschaftlers, die Wahrheit“ dieser vorab gewünschten und geforderten „Schlussfolgerungen“ nachträglich zu “ beweisen“, weil

dieser „Beweis“ der Geld gebenden Industrie wirtschaftliche Vorteile einbringt! Diese ärgerliche Prostitution der Wissenschaft hat den gesamten Schwerpunkt der Forschung in Amerika während der letzten fünfzig Jahre drastisch verschoben – wie jeder aufrichtige Wissenschaftler bereitwillig bestätigen wird. Stauber dokumentiert die steigende Menge konzerngesponserter Universitätsforschung, die jedoch nichts mit dem Streben nach Wissen zu tun hat. Wissenschaftler klagen, dass die einst objektive Forschung mittlerweile zu einem käuflichen Handelsgut verkommen sei.

Wie uns Medien mittels Prognosen manipulieren Hauptziele auf richtiger Wissenschaft. Es schockiert, wenn Stauber aufzeigt, wie die gewaltige Mehrheit der Konzern-PR sich heutzutage jeglicher Forschung entgegenstellt, die versucht, die öffentliche Gesundheit oder die Umwelt zu schützen. Mit dem Begriff Ramschwissenschaft“ werden diejenigen diffamiert, welche die Bedrohung unserer Umwelt oder der Gesundheit aufdecken. Der Industrie und Politik kommt es zur Vermarktung ihrer Produkte und Ideen nur darauf an, die Illusion von Gesundheit und die Illusion des Umweltschutzes zu erzeugen.

Geld wechselt nur dann den Besitzer, wenn Forschungsinstitute das gewünschte Ergebnis liefern, egal, ob es nach strengen wissenschaftlichen Kriterien wahr ist oder nicht. Wahre öffentliche Gesundheit und wirklicher Schutz unserer Umwelt haben geringen Marktwert!

Stauber hält es in diesem Zusammenhang für ironisch, dass ausgerechnet die selbsterklärten „Entlarver der Ramschwissenschaft“ üblicherweise selbst Nichtwissenschaftler, bzw selbst Ramschwissenschaftler sind.

Wozu auch echter Wissenschaftler sein? Die Aufgabenstellung heißt ja nicht Wissenschaft, sondern Erschaffung von Image.

Angriffssprache

Wenn PR-Firmen anerkannte Umweltgruppen und Leute von der alternativen Medizin angreifen, verwenden sie Wörter, die einen emotionalen Hieb austeilen: grausam, gefährlich, dubios, skurril, Ramschwissenschaft, sensibel, Unruhestifter, verantwortungslos, Phobie, Falschmeldung, Bangemacher, Hysterie…

Wenn Sie das nächste Mal einen Zeitungsartikel über ein Umweltschutz- oder Gesundheitsthema lesen, beachten Sie, wie der Autor seine Voreingenommenheit durch den Gebrauch solcher Vokabeln zeigt. Dies ist das Ergebnis einer ganz besonderen Ausbildung. Eine weitere Standard-PR-Taktik ist, die Sprache der Umweltschützer zu verwenden, um ein gefährliches und unerprobtes Produkt zu verteidigen, das eine tatsächliche Bedrohung der Umwelt oder der Gesundheit darstellt. Dies sehen wir bei der „PR-Nebelwand“, die genetisch manipulierte Lebensmittel umgibt. Es heißt, dass genmanipulierte Lebensmittel nötig sind, um mehr Nahrung produzieren zu können, um den Welthunger zu bekämpfen usw., doch in Wirklichkeit haben Genlebensmittel sogar einen geringeren Ertrag pro Hektar Ackerland als natürliche Getreide!

Der Groschen fällt, wenn Sie erkennen, dass fast alle Gennahrungsmittel von den Herstellern von Herbiziden und Pestiziden geschaffen wurden, damit die Pflanzen noch größere Dosen von Herbiziden und Pestiziden aushalten können (aus „The Magic Bean“, Buch von Tim O’Shea).“Vorabprüfung““Veröffentlichen oder Untergehen“ lautet der heutige

Slogan und das klassische Dilemma jedes Forschungswissenschaftlers. Wer eine Finanzierung für das nächste Forschungsprojekt erhalten möchte, sollte besser seine aktuellen Forschungspapiere in den besten wissenschaftlichen Magazinen veröffentlichen. Wir wissen, warum all die wissenschaftlichen Magazine wie „JAMA (Journal of the American Medical Association, Publikation der amerikanischen ärztevereinigung), „New England Journal of Medicine“ (NEJM), „British Medical Journal“ usw eine Vorab-Prüfung durchführen.

Vorab-Prüfung bedeutet, dass alle Artikel, die tatsächlich zwischen den vollfarbigen Medikamentenwerbungen und pharmazeutischen Ausfaltblättern veröffentlicht werden, von einigen wirklich schlauen Typen (mit einer Menge Empfehlungsschreiben) überprüft werden. Manch Leichtgläubiger würde annehmen, dass die Voraussetzung dafür, dass es ein Artikel durch die Vorabprüfung schafft, jene ist, dass die darin enthaltenen wissenschaftlichen Erkenntnisse hieb- und stichfest nachgeprüft worden sind. Doch es gibt da leider ein paar kleine Probleme mit dieser Einrichtung. Das erste heißt Geld. Obwohl sogar prestigevolle, ehrwürdige medizinische Magazine heucheln, objektiv und nicht bestechlich zu sein, ist die Wahrheit, dass sie die gleiche Sache berücksichtigen müssen, wie alle Hochglanzmagazine auch: „Leg‘ dich nicht mit deinen Inserenten an!“ junge, diese ganzseitigen Medikamentenwerbungen in den besten Magazinen kosten Millionen! Wie lange würde ein Pharmakonzern für Werbefläche in einem Magazin zahlen, wenn dieses einige sehr vernünftige wissenschaftliche Papiere veröffentlichen würde, die die Sicherheit des Medikaments angriffen, das auf der Doppelseite in der Heftmitte zu bewundern ist? Denken Sie darüber nach. So doof sind die Redakteure ja nicht.

Ein weiteres Problem ist der Interessenkonflikt. Es gibt eine formale Bedingung für alle medizinische Magazine, dass jegliche finanziellen Beziehungen zwischen einem Autor und dem Produkthersteller im Artikel dargelegt werden müssen. In der Praxis kommt das nicht vor. In einer Studie aus dem Jahre 1997 wurde in 147 Medizin- Magazinen nicht eine einzige Erklärung gefunden. (Wall Street Journal, 2. Feb. 99) Eine Studie aus dem Jahr 1998 des New England Journal of Medicine (NEJM) zeigte, dass 96 % der vorabgeprüften Artikel finanzielle Beziehungen zu den Medikamenten hatten, die untersucht wurden (Stelfox, 1998, siehe Quellenangaben am Ende).

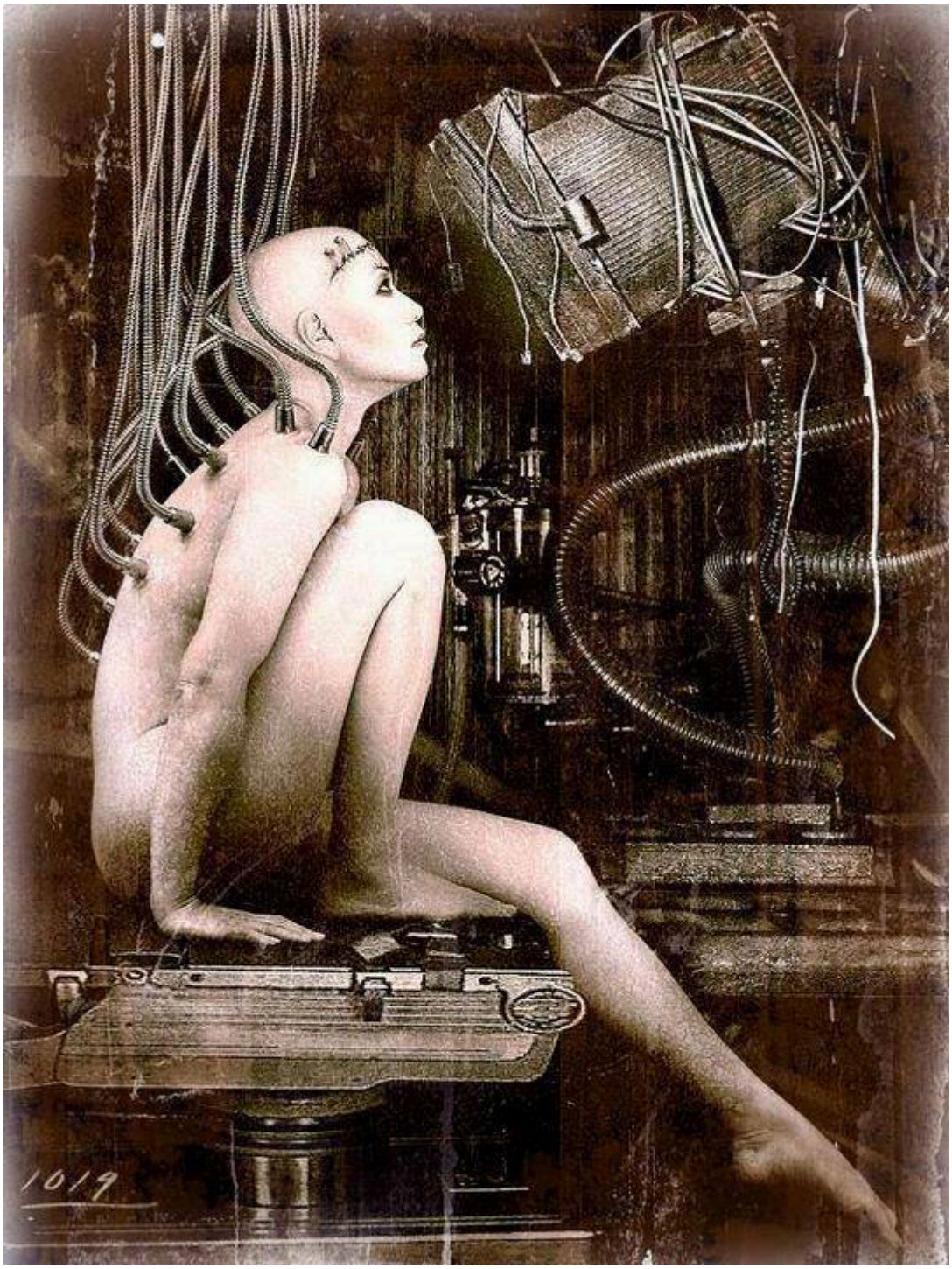
Erschreckend, oder? Und die Schlussfolgerung daraus? Diese NEJM-Studie sollte immer dann genannt werden, wenn irgendwer allzu pompös mit der Objektivität der Vorabprüfungen daherkommt, was recht oft vorkommt.Dann gibt es den offensichtlichen Kauf von Seiten. Eine Medikamentenfirma kann einfach mal 100.000 $ an ein Magazin zahlen, damit ein wohlmeinender Artikel gedruckt wird. Betrug in vorabgeprüften Magazinen ist nichts Neues. 1987 brachte das New England Journal of Medicine (NEJM) einen Artikel, der über sieben Jahre lang die Forschung von Dr. med. R. Slutsky verfolgte. In dieser Zeit veröffentlichte Slutsky 137 Artikel in mehreren vorabgeprüften Magazinen. Das NEJM fand heraus, dass in mindestens 60 dieser 137 Artikel Beweise für einen groß angelegten Wissenschaftsbetrug und etliche Fehldarstellungen zu finden waren, einschließlich: Berichte von Daten aus Experimenten, die niemals durchgeführt worden waren.

Berichte von Messergebnissen, die nie genommen wurden.

Berichte von statistischen Auswertungen, die niemals gemacht wurden (Engler).

Dr. phil. Dean Black beschreibt, was er den „Babel Effekt“ (in Anlehnung an den Turmbau zu Babel) nennt. Der „Babel-Effekt“ ist das Ergebnis, wenn diese sehr häufigen und üblichen wissenschaftlich-betrügerischen Daten in vorabgeprüften Magazinen von anderen Forschern ungeprüft übernommen oder zitiert werden, diese wieder von anderen und so fort.

Einer schreibt vom anderen ab und die Quelle war ein „vorabgeprüfter“ Bericht (dies ist übrigens auch ALLES, was es zur Entstehung von „AIDS“ zu wissen gibt. Es existiert keine einzige seriöse, aufrichtige, logisch nachvollziehbare, wissenschaftliche Grundlagenpublikation). Schauen Sie z. B. einmal nach der McDonalds-Werbung, die so oft im Journal of the American Medical Association (Zeitung des amerikanischen Ärzteverbandes) auftaucht. Und dann erinnern Sie sich bitte daran, dass dies dieselbe Publikation ist, die fast 50 Jahre lang Zigarettenwerbung veröffentlicht hat, in der behauptet wurde, Tabak habe gesundheitsfördernde Wirkung (Robbins). Wirklich sehr wissenschaftlich, muss man sagen.



Den Fernseher wegwerfen?

Ich hoffe, dieses Kapitel hilft Ihnen, Artikel in Zeitungen und Magazinen etwas anders zu lesen, und vielleicht auch Nachrichtensendungen im Fernsehen mit einer etwas anderen Einstellung zu sehen. Fragen Sie sich immer „Was verkaufen die da gerade?“, und:

Wer verkauft es? „Und wenn Sie tatsächlich das Buch von Stauber & Rampton weiterverfolgen und einige der der unten angegebenen Quellen prüfen, könnten Sie vielleicht sogar die Möglichkeit erhaschen, Ihr Leben ein klitzeklein wenig zu verbessern,

indem Sie sich einfach weigern, Ihren Verstand den Massenmedien auszusetzen.

Richtig verstanden – keine Zeitungen, keine Fernsehnachrichten, kein TimeMagazin oder die Newsweek. Das können Sie tatsächlich schaffen. Denken Sie nur daran, was Sie allein mit der zusätzlichen Zeit anfangen könnten. Fühlen Sie sich wirklich so, als ob sie „relaxen“ müssten; oder als ob Sie wissen müssen, „was draußen in der Welt vor sich geht“; und das jeden Tag einige Stunden lang? Denken Sie eine Minute über die Nachrichten der letzten Jahre nach. Glauben Sie tatsächlich, dass die großen Stories, welche die Schlagzeilen und Fernsehnachrichten dominiert haben, tatsächlich berichteten, „was draußen in der Welt vor sich ging“?

Denken Sie wirklich, dass es sonst nichts gibt – neben dem erfundenen Technologiezusammenbruch, der erfundenen Energieknappheit, den gefilterten Berichten über ausländische Gewalt und Katastrophen und den ganzen anderen „Unberichten“, welche die Puppenspieler vor uns täglich aufführen?

Was, wenn sie eine wirklich große Sache aufspielen, etwa OJ Simpson oder Monika Lewinski oder das Bombenattentat von Oklahoma City oder vom 11. September. Müssen wir das wirklich in allen Details erfahren, jeden Tag? Könnten wir denn überhaupt in allen Details verifzieren, wenn wir das wollten?

Was ist der Zweck der Nachrichten? Die Öffentlichkeit zu informieren? Wohl kaum.

Der einzige Zweck der Nachrichten ist, die Öffentlichkeit in Furcht und Unsicherheit zu halten, damit sie auch morgen wieder einschaltet und der gleichen Werbung ausgesetzt ist. Eine übertriebene Vereinfachung? Natürlich. Das ist das Kennzeichen der Massenmedienherrschaft – Vereinfachung.

Die unsichtbare Hand. Wie Edward L. Bernays sagte: „Das Volk muss gesteuert werden, ohne dass es das weiß!“

Bedenken Sie: Was ging tatsächlich in der Welt vor sich, während sie uns mit all der dummen und lästigen Nebelwand abgelenkt haben? Furcht und Unsicherheit – das lässt die Leute immer wiederkommen, um mehr zu erfahren. Wenn dies wie eine radikale Anschauung wirkt, dann lassen Sie uns noch einen Schritt weiter gehen: Was würden Sie verlieren, wenn Sie ganz damit aufhören würden, Zeitung zu lesen und fernzusehen? Würde Ihr Leben tatsächlich finanziellen, moralischen, intellektuellen literarischen, spirituellen oder akademischen Verlust erleiden durch solch eine Entscheidung?

Müssen Sie Ihre Familie ständig jenen ungebildeten, unmoralischen, falschen, unkultivierten und hoffnungslos hirnlosen Werten aussetzen, denen man im durchschnittlichen Nachtprogramm ausgesetzt wird? Sind diese falschen, programmierten Roboter normal“? Müssen Sie sich Ihre Lebenswerte ständig mit dem Löffel zufüttern lassen? Sind diese Shows wirklich amüsant oder nur eine notwendige Ablenkung von der Realität, oder wollen Sie versuchen, selber ein paar Dinge herauszufinden – durch ein wenig unabhängige Lektüre zum Beispiel?

Nennen Sie ein Beispiel, wie Ihr Leben sich verbessert hat durch das Sehen von Fernsehnachrichten oder dem Lesen des Abendblattes? Welchen messbaren Gewinn hat es ihnen gebracht? Planet der Affen?

Keine Frage, dass wir als Nation von Jahr zu Jahr dümmer werden. Schauen Sie auf die Präsidenten, die wir zuletzt gewählt haben. Sind Ihnen auch die hervorstechenden Grammatikfehler aufgefallen, die so alltäglich in heutigen Werbesendungen und Werbeplakaten sind. Lesen und Schreiben ist in den meisten amerikanischen High Schools Nebensache. Drei Viertel der Abschlussstudenten der kalifornischen High Schools können nicht ausreichend lesen, um ihre Abschlussexamen zu bestehen (SJ Mercury 20 Juli 2001). Wenn Sie denken, dass andere Teile des Landes heller sind, machen Sie mal folgenden Versuch: Reichen Sie einem beliebigen Abschlussstudenten ein Buch von Dumas oder Jane Austen und bitten Sie ihn, von einer zufällig aufgeschlagenen Seite nur einen Absatz laut vorzulesen.Los, versuchen Sie es. Die Skalen der „SAT“ (Scholastic Aptitude Tests, Tests, die Aussagen über die allgemeinen schulischen Leistungen aller Schüler ermöglichen sollen) werden willkürlich immer weiter herabgesetzt, um zu vertuschen, wie dumm und dümmer die Kinder von Jahr zu Jahr werden.

Übrigens, wissen Sie, was ADD bedeutet? ADD: „A Designer Disease“ (eine Designerkrankheit, eine erfundene, konstruierte, entworfene Krankheit).

Mindestens 10 % der Kinder haben eine attestierte „Lernunfähigkeit‘, die mit Sonderbehandlung und besonderen Medikamenten behandelt wird. Oder haben Sie noch nie von einem gehört, der sitzen geblieben ist?

Beobachten sie die Entwicklung des intellektuellen Niveaus des durchschnittlichen Kinofilms (der dieser Tage nurmehr ein bis zwei Wochen im Kino zu sehen ist, vor allem wenn er nicht ausreichend Explosionen, Verfolgungsjagden, Silikon, angeblichen Kampfsport und schwachsinnige Dialoge hat). Radio? Bedenken Sie die geringe geistige Qualifikation der gekünstelt bewegten üblichen Affen, die als DJ`s eingestellt werden – es wirkt, als ob man ihnen nur 50 verschiedene Gedanken erlaubt habe, die sie einfach zufällig wiederholen. Und zu welchem Zeitpunkt ließ die Popmusik von der Anforderung des Studiums eines Musikinstruments oder der Theorie an sich ab, von Lyrik ganz zu schweigen? Vielleicht verstehen wir bloß diese aufkommende Form von Kunst nicht, oder? „Darwinismus“ ä la MTV: der Affe stammt vom Menschen ab. Ist Ihnen je aufgefallen, dass alle Hochglanzmagazine wirken, als ob sie vom selben Typen geschrieben seien? Und als ob dieser Schreiber gerade die Grundschule hinter sich gebracht habe? Und doch hat der Kerl all die korrekten Meinungen über soziale Angelegenheiten wiedergegeben. Keine originellen Ideen zwar, dafür aber jene flache, selbstgefällige und homogenisierte Allwissenheit, uns zu versichern, dass alles in Ordnung ist. Ja, alles ist in Ordnung.

Dies ist eine super Nachricht für die PR-Industrie, das mangelnde Bildungsniveau erleichtert ihr die Arbeit ungemein.

Nicht nur, dass kaum einer mehr seine Aufmerksamkeit auf den Vorgang der Konditionierung richtet; eine sogar noch geringere Minderheit der Bevölkerung ist in der Lage, die Sache zu verstehen, wenn man sie ihr erklärt!

Teepause in der Cafeteria

Stellen Sie sich vor, Sie sind in einer überfüllten Cafeteria und kaufen eine Tasse Tee. Und als sie sich hinsetzen wollen, sehen sie am anderen Ende des Raumes Ihren Freund. Also stellen Sie Ihre Tasse ab, laufen durch den Raum und plaudern ein paar Minuten mit Ihrem

Freund. Um nun auf Ihren Tee zurückzukommen, werden Sie zurückgehen und ihn trinken? Sie erinnern sich, ein überfüllter Ort, und Sie haben Ihren Tee einige Minuten unbeaufsichtigt gelassen. Jeder in diesem Raum hatte Zugang zu Ihrem Tee. Mit Ihrem Verstand verhält es sich nicht anders. Aktivitäten wie das Einschalten des Fernsehers oder die täglich unkritisch absorbierten Massenpublikationen erlauben praktisch jedem den Zugang zu Ihrem Verstand – jedem mit einem Ziel, mit den Mitteln, über populäre Medien eine öffentliche Meinung zu bilden. Etwas gelesen oder im Fernsehen gesehen zu haben, bedeutet nicht, dass es wahr bzw überhaupt wissenswert ist.

Die Moral von der Geschicht:

Wie die Tasse Tee, so ist auch ihr Verstand es wert, bewacht zu werden, und wert, nicht jeden heran zu lassen.

Dies sind IHR Leben, und IHRE Zeit, IHR großes Kapital. Warum sollten wir dies verschwenden, indem wir erlauben, unser Potential, unsere Persönlichkeit, unsere Werte nach den Launen der Massenausbeuter formen, bearbeiten und einschränken zu lassen? Es gibt viele wahrlich wichtigere Entscheidungen, die für unser physisches, mentales und spirituelles Wohlsein entscheidend sind. Entscheidungen, die Information und Forschung erfordern. Wenn Geld im Spiel ist, sind objektive Daten nicht einfach zu erhalten.

Merken Sie sich dies: Wenn jeder eine Sache weiß, dann ist das Image gekauft und bezahlt worden.

Wirkliches Wissen zu erreichen ist ein wenig aufwendiger als TV zu schauen! Ein wenig Ausgrabungsarbeit ist nötig. Man muss dazu mindestens ein Stockwerk tiefer buddeln als bis dahin, „was jeder weiß“.