

*Der australische Journalist John Pilger zieht nach 100 Tagen Obama-Präsidentschaft eine ernüchternde Bilanz.*

**LUFTPOST**

**Friedenspolitische Mitteilungen aus der  
US-Militärregion Kaiserslautern/Ramstein  
LP 099/09 – 02.05.09**

## **Obamas 100 Tage**

**Die verrückten Werbeleute haben gute Arbeit geleistet**

Von John Pilger

INFORMATION CLEARING HOUSE, 29.04.09

( <http://informationclearinghouse.info/article22514.htm> )

Die von der BBC übernommene amerikanische TV-Soap "Mad Men" (Verrückte Männer) bietet einen tiefen Einblick in die Macht der Werbekonzerne. Die vor einem halben Jahrhundert von "smarten" Werbeleuten in der Madison Avenue eingeführte Reklame für das Rauchen verursachte unzählige Todesfälle, obwohl man die Wahrheit über die schädliche Wirkung (der Zigaretten) kannte. Die Werbung und ihr Zwilling Öffentlichkeitsarbeit wurde von Leuten, die Freud gelesen hatten und etwas von Massenpsychologie verstanden, zum perfekten Täuschungsinstrument gemacht, gleichgültig, ob es um Zigaretten oder Politik geht. Wie man mit dem Marlboro-Mann Männlichkeit verkaufen konnte, ist (den Wählern) auch ein Politiker zu verkaufen, wenn er mit einem passenden Image ausgestattet und in ansprechender Verpackung präsentiert wird.

Es sind schon mehr als 100 Tage vergangen, seit Barack Obama zum Präsidenten der Vereinigten Staaten gewählt wurde. Der Werbefeldzug für Obama wurde als "Werbekampagne des Jahres 2008" ausgezeichnet und hat (die Werbung für) Apple-Computer spielend leicht aus dem Feld geschlagen. David Fenton von MoveOn.org (einer US-Website, die Demokratie in Aktion propagiert) hat den Wahlkampf Obamas als "institutionalisierte Massenmobilisierung einer Gemeinschaft durch automatisierte technologische Mittel" bezeichnet, "die vorher noch nie zustande gebracht wurde, sich aber als sehr starke Macht erwiesen hat". Durch Einbeziehung des Internets, mit Hilfe des Slogans "Si, se puede!", den man von César Chávez, dem Gründer der Latino-Landarbeitergewerkschaft übernommen und in "Yes, we can!" (Ja, wir können!) umgewandelt hat, und durch Unterstützung der durch automatisierte technologische Mittel geschaffenen Massenbasis wurde dem neuen Markenartikel (Obama) zum Durchbruch verholfen – in einem Land, das sich verzweifelt wünschte, von George W. Bush befreit zu werden. (Informationen zu César Chávez s. [http://en.wikipedia.org/wiki/Cesar\\_Chavez](http://en.wikipedia.org/wiki/Cesar_Chavez) )

Keiner wusste zunächst, wofür der neue "Markenartikel" eigentlich stand. Aber die Werbung war so raffiniert angelegt – allein für TV-Spots wurde die Rekordsumme von 75 Millionen Dollar ausgegeben – dass viele Amerikaner wirklich glaubten, Obama teile ihre Opposition gegen Bushs Kriege. In Wirklichkeit hatte er Bushs Kriege und ihre Finanzierung durch den Kongress wiederholt unterstützt. Viele Amerikaner glaubten auch, er sei der Erbe Martin Luther Kings und führe dessen Antikolonialpolitik fort. Aber wenn Obama überhaupt für etwas eintrat – außer für die nichtssagende Formel von dem "glaubhaften Wandel" – dann war es die Erneuerung der USA zu einem dominierenden, habgierigen Tyrannen. "Wir werden die stärkste Macht sein," erklärte er häufig.

Die vielleicht wirksamste und zudem noch kostenlose Werbung für den Markenartikel Obama wurde von jenen Journalisten geliefert, die als Hofschanzen eines habgierigen Systems dessen schillernde Führungsfiguren zu bejubeln pflegen. Sie entpolitisierten seine

Äußerungen und lobten – wie Charlotte Higgins in (der britischen Zeitung) THE GUARDIAN – seine banalen Reden als "geschickte literarische Kreationen, die wie dorische Säulen reich an Anspielungen sind". (Das Bild ist auch noch falsch gewählt, weil dorische Säulen völlig schmucklose Kapitelle haben.) Mark Morford, der Kolumnist des SAN FRANCISCO CHRONICLE, schrieb: "Viele spirituell geprägte Menschen, die ich kenne, sehen in Obama einen "Lightworker" (einen spirituellen Heiler), der zu den seltenen Auserwählten gehört, die unserem Planeten eine neue Lebensart bringen könnten."

In seinen ersten 100 Tagen hat Obama die Folter gerechtfertigt, sich dem Habeas Corpus Act widersetzt (der eine Inhaftierung nur auf richterliche Anordnung zulässt) und gefordert, dass es der Regierung auch erlaubt sein müsse, Handlungen geheim zu halten. Er hat Bushs Gulag (ein System von Straf- und Arbeitslagern nach stalinistischem Vorbild) intakt gelassen und mindestens 17.000 Gefangene dem Zugriff der Justiz entzogen. Am 24. April gewannen seine Anwälte ein Verfahren, in dem entschieden wurde, dass Guantánamo-Häftlinge keine "Personen" sind, und deshalb auch gefoltert werden durften. Admiral Dennis Blair, der Nationale Direktor seiner Geheimdienste, vertritt die Auffassung, dass Folter verwertbare Ergebnisse bringt. Einer seiner führenden, für Lateinamerika zuständigen Geheimdienstleute wird beschuldigt, 1989 das Foltern einer amerikanischen Nonne in Guatemala gedeckt zu haben; ein anderer ist ein Anhänger (des chilenischen Diktators) Pinochet. Daniel Ellsberg hat darauf hingewiesen, dass unter Bush die Möglichkeit eines Militärputsches in den USA untersucht wurde, aber Obama hat dessen Verteidigungsminister Robert Gates mitsamt seinem kriegstreiberischen Mitarbeiterstab übernommen.

Überall auf der Welt wurden die gewaltsamen Übergriffe auf unschuldige Menschen durch die USA selbst oder durch ihre Verbündeten verstärkt. Während des jüngsten Massakers in Gaza – das hat Seymour Hersh berichtet – "ließ das Obama-Team durchblicken, dass es gegen die bereits laufende ergänzende Belieferung Israels mit 'intelligenten Bomben' und anderer Hightech-Munition nichts einzuwenden habe", obwohl damit hauptsächlich Frauen und Kinder abgeschlachtet wurden. In Pakistan hat sich die Anzahl der mit US-Drohnen umgebrachten Zivilisten seit Obamas Amtsantritt mehr als verdoppelt.

In Afghanistan hat Obama die US-"Strategie", Angehörige der Paschtunen-Stämme zu töten, die als "Taliban" verteufelt werden, noch ausgeweitet; damit soll dem Pentagon der Spielraum verschafft werden, den es braucht, um das verwüstete Land mit einer Reihe von bleibenden Basen zu überziehen, damit sich das US-Militär – wie Minister Gates fordert – auf unbestimmte Zeit dort einnisten kann. Auch Obama verfolgt eine Politik, die sich seit dem Kalten Krieg nicht verändert hat: Russland und China, das jetzt auch zu einem Rivalen des (US-)Imperiums geworden ist, sollen eingeschüchtert werden. Er setzt die Provokationen Bushs fort, indem er an der Stationierung von Raketen an Russlands Westgrenze festhält; auch er versucht das als Gegenmaßnahme gegen den Iran zu rechtfertigen – mit der absurden Behauptung, der Iran sei "eine echte Bedrohung" für Europa und die Vereinigten Staaten. Am 5. April hat er in Prag eine Rede gehalten, in der er nach Berichten die "Abschaffung aller Atomwaffen" gefordert haben soll. Das tat er mitnichten. Mit dem Pentagon-Programm zur Verbesserung der Zuverlässigkeit von Atomsprengköpfen entwickeln die USA neue "taktische" Atomwaffen, mit denen die Grenze zwischen einem atomaren und einem konventionellen Krieg verwischt werden soll.

Die wahrscheinlich dickste Lüge – die der Behauptung "Rauchen ist gut für Sie!" entspricht – ist die Ankündigung Obamas, die US-Truppen aus dem Irak abziehen zu wollen – aus dem Land, in dem sie Ströme von Blut vergossen haben. Nach unmissverständlichen Aussagen von Planern der US-Armee sollen mindestens 70.000 Soldaten weitere "15 bis 20 Jahre" dort bleiben. Am 25. April hat Obamas Außenministerin Hillary Clinton das bestätigt. Daher ist es nicht überraschend, wenn Umfragen zeigen, dass sich eine wachsende

Anzahl von Amerikanern betrogen fühlt – besonders weil die Wirtschaft der Nation den gleichen Betrügern anvertraut worden ist, die sie zerstört haben. Lawrence Summers, der führende Wirtschaftsberater Obamas, empfiehlt den gleichen Banken 3 Billionen Dollar in den Rachen zu werfen, die ihm ein Jahr vorher mehr als 8 Millionen Dollar bezahlt haben – einschließlich der 135.000 Dollar für eine einzige Rede. Das ist der "Change" (der Wandel oder das Kleingeld), an den geglaubt werden sollte.

Viele Vertreter des US-Establishments kritisierten Bush und Cheney, weil sie den weiteren Vormarsch einer Idee in Misskredit brachten und gefährdeten, die Henry Kissinger Amerikas "Grand Design" (großartigen Entwurf) nennt; der Kriegsverbrecher Kissinger ist jetzt Obamas Ratgeber. (Informationen über den umstrittenen früheren US-Außenminister Henry Kissinger sind aufzurufen unter [http://de.wikipedia.org/wiki/Henry\\_Kissinger](http://de.wikipedia.org/wiki/Henry_Kissinger) .)

In der Sprache der Werbung war Bush "als Markenzeichen eine Katastrophe", wohingegen Obama mit seinem werbewirksamen Zahnpaste-Lächeln und seinen Vertrauen erweckenden Phrasen ein Glückstreffer ist. Mit einem Schlag hat er die schwerwiegenden Meinungsverschiedenheiten über den Krieg in der US-Öffentlichkeit besänftigt, und Menschen von Washington bis nach Whitehall (ins britischen Regierungsviertel) Tränen in die Augen getrieben. Er ist der richtige Mann für die BBC, für (den US-TV-Sender) CNN, für Rupert Murdoch (den aus Australien stammenden Medienmogul), für die Wall Street (das abgewirtschaftete US-Finanzzentrum) und für die CIA. Die verrückten Werbeleute haben gute Arbeit geleistet. (Informationen zu Rupert Murdoch sind zu finden unter [http://de.wikipedia.org/wiki/Rupert\\_Murdoch](http://de.wikipedia.org/wiki/Rupert_Murdoch) .)

[www.johnpilger.com](http://www.johnpilger.com)

(Wir haben den Artikel komplett übersetzt und mit Anmerkungen in Klammern versehen.)



## Obama's 100 Days

The Mad Men Did Well

By John Pilger

**April 29, 2009 "Information Clearing House"** -- The BBC's American television soap Mad Men offers a rare glimpse of the power of corporate advertising. The promotion of smoking half a century ago by the "smart" people of Madison Avenue, who knew the truth, led to countless deaths. Advertising and its twin, public relations, became a way of deceiving dreamt up by those who had read Freud and applied mass psychology to anything from cigarettes to politics. Just as Marlboro Man was virility itself, so politicians could be branded, packaged and sold.

It is more than 100 days since Barack Obama was elected president of the United States. The "Obama brand" has been named "Advertising Age's marketer of the year for 2008", easily beating Apple computers. David Fenton of MoveOn.org describes Obama's election campaign as "an institutionalised mass-level automated technological community organising that has never existed before and is a very, very powerful force". Deploying the internet and a slogan plagiarised from the Latino union organiser César Chávez – "Sí, se puede!" or "Yes, we can" – the mass-level automated technological community marketed its brand to victory in a country desperate to be rid of George W Bush.

No one knew what the new brand actually stood for. So accomplished was the advertising (a record \$75m was spent on television commercials alone) that many Americans actually believed Obama shared their opposition to Bush's wars. In fact, he had repeatedly backed Bush's warmongering and its congressional funding. Many Americans also believed he was the heir to Martin Luther King's legacy of anti-colonialism. Yet if Obama had a theme at all, apart from the vacuous "Change you can believe in", it was the renewal of America as a dominant, avaricious bully. "We will be the most powerful," he often declared.

Perhaps the Obama brand's most effective advertising was supplied free of charge by those journalists who, as courtiers of a rapacious system, promote shining knights. They depoliticised him, spinning his platitudinous speeches as "adroit literary creations, rich, like those Doric columns, with allusion..." (Charlotte Higgins in the Guardian). The San Francisco Chronicle columnist Mark Morford wrote: "Many spiritually advanced people I know... identify Obama as a Lightworker, that rare kind of attuned being who... can actually help usher in a new way of being on the planet."

In his first 100 days, Obama has excused torture, opposed habeas corpus and demanded more secret government. He has kept Bush's gulag intact and at least 17,000 prisoners beyond the reach of justice. On 24 April, his lawyers won an appeal that ruled Guantanamo Bay prisoners were not "persons", and therefore had no right not to be tortured. His national intelligence director, Admiral Dennis Blair, says he believes torture works. One of his senior US intelligence officials in Latin America is accused of covering up the torture of an American nun in Guatemala in 1989; another is a Pinochet apologist. As Daniel Ellsberg has pointed out, the US experienced a military coup under Bush, whose secretary of "defence", Robert Gates, along with the same warmaking officials, has been retained by Obama.

All over the world, America's violent assault on innocent people, directly or by agents, has been stepped up. During the recent massacre in Gaza, reports Seymour Hersh, "the Obama team let it be known that it would not object to the planned resupply of 'smart bombs' and other hi-tech ordnance that was already flowing to Israel" and being used to slaughter mostly women and children. In Pakistan, the number of civilians killed by US missiles called drones has more than doubled since Obama took office.

In Afghanistan, the US "strategy" of killing Pashtun tribespeople (the "Taliban") has been extended by Obama to give the Pentagon time to build a series of permanent bases right across the devastated country where, says Secretary Gates, the US military will remain indefinitely. Obama's policy, one unchanged since the Cold War, is to intimidate Russia and China, now an imperial rival. He is proceeding with Bush's provocation of placing missiles on Russia's western border, justifying it as a counter to Iran, which he accuses, absurdly, of posing "a real threat" to Europe and the US. On 5 April in Prague, he made a speech reported as "anti-nuclear". It was nothing of the kind. Under the Pentagon's Reliable Replacement Warhead programme, the US is building new "tactical" nuclear weapons designed to blur the distinction between nuclear and conventional war.

Perhaps the biggest lie – the equivalent of smoking is good for you – is Obama's announcement that the US is leaving Iraq, the country it has reduced to a river of blood. According to unabashed US army planners, as many as 70,000 troops will remain "for the next 15 to 20 years". On 25 April, his secretary of state, Hillary Clinton, alluded to this. It is not surprising that the polls are showing that a growing number of Americans believe they have been suckered – especially as the nation's economy has been entrusted to the same fraudsters who destroyed it. Lawrence Summers, Obama's principal economic adviser, is throwing \$3trn at the same banks that paid him more than \$8m last year, including \$135,000 for one speech. Change you can believe in.

Much of the American establishment loathed Bush and Cheney for exposing, and threatening, the onward march of America's "grand design", as Henry Kissinger, war criminal and now Obama adviser, calls it. In advertising terms, Bush was a "brand collapse" whereas Obama, with his toothpaste advertisement smile and righteous clichés, is a godsend. At a stroke, he has seen off serious domestic dissent to war, and he brings tears to the eyes, from Washington to Whitehall. He is the BBC's man, and CNN's man, and Murdoch's man, and Wall Street's man, and the CIA's man. The Madmen did well.

[www.johnpilger.com](http://www.johnpilger.com)

[www.luftpost-kl.de](http://www.luftpost-kl.de)

**VISDP: Wolfgang Jung, Assenmacherstr. 28, 67659 Kaiserslautern**