

Jörg Becker

Medien im Krieg – Krieg in den Medien

Springer VS

Medien im Krieg – Krieg in den Medien

Jörg Becker

Medien im Krieg – Krieg in den Medien

Springer VS

Jörg Becker
Solingen, Deutschland

ISBN 978-3-658-07476-0 ISBN 978-3-658-07477-7 (eBook)
DOI 10.1007/978-3-658-07477-7

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über http://dnb.d-nb.de abrufbar.

Springer VS
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016
Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsgesetz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlags. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen.
Die Wiedergabe von Gebrauchsnamen, Handelsnamen, Warenbezeichnungen usw. in diesem Werk berechtigt auch ohne besondere Kennzeichnung nicht zu der Annahme, dass solche Namen im Sinne der Warenzeichen- und Markenschutz-Gesetzgebung als frei zu betrachten wären und daher von jedermann benutzt werden dürften.
Der Verlag, die Autoren und die Herausgeber gehen davon aus, dass die Angaben und Informationen in diesem Werk zum Zeitpunkt der Veröffentlichung vollständig und korrekt sind. Weder der Verlag noch die Autoren oder die Herausgeber übernehmen, ausdrücklich oder implizit, Gewähr für den Inhalt des Werkes, etwaige Fehler oder Äußerungen.

Titelbild: The US Soldier showing arm to stop some action (for example, filming or walking, etc.), Shutterstock
Lektorat: Barbara Emig-Roller, Monika Mülhausen

Gedruckt auf säurefreiem und chlorfrei gebleichtem Papier

Springer Fachmedien Wiesbaden ist Teil der Fachverlagsgruppe Springer Science+Business Media (www.springer.com)

SI VIS PACEM, PARA PACEM

Wenn du den Frieden willst, dann bereite den Frieden vor.

Inhalt

Vorwort 1

1 Einleitung: Medien im Krieg 9

I. Einzelne Kriege und Krisen

Einleitung 29

2 Der Medienkrieg um Afghanistan (2001) 31

3 Die Vermarktung der ex-jugoslawischen Kriege durch US-amerikanische PR-Agenturen (1991–2002) 65

4 »Europa kann Nein zu Amerika sagen«. Die Berichterstattung über den Irakkrieg in deutschen und türkischen Zeitungen (2003) 79

5 Die Berichterstattung über die Tibetkrise und die chinesische Olympiade in deutschsprachigen Massenmedien (2008) 109

6 Der georgisch-russische Medienkrieg (2008–2010) 121

7 Foto-Ästhetik im südsudanesischen Krieg (2014) 131

II. Schockfotos, Folter und Terrorismus

Einleitung 139

8 Ernst Friedrich und seine Schockfotos aus dem Ersten Weltkrieg: »Krieg dem Kriege« 141

9 Das Bild der Folter in österreichischen Zeitungen 157

10 Die Informationsrevolution frisst ihre eigenen Kinder: Internationale Medienpolitik zwischen Terror, Militarisierung und totaler Entgrenzung 173

III. Moderne Medienkriege

Einleitung 195

11 Angriffe auf Mediengebäude als Kriegsverbrechen 197

12 NGOs im Geflecht von Kriegspropaganda 209

13 Benetton in Bosnien 225

14 *Mirko:* Eine kostenlose Jugendzeitschrift der NATO 231

IV. Gender

Einleitung 239

15 »Der Bart muss ab!« Zur Geschlechterlogik in der Afghanistan-Berichterstattung 241

16 Der Missbrauch von Frauen in der Kriegsbildberichterstattung 255

V. Vielfalt und Contra-Flow, Prävention und Friede

Einleitung 271

17 Der weltweite TV-Markt: Ende des US-Medienimperialismus? 273

18 Der Beitrag der Medien zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung 287

19 Erzählen als Enttöten: Friedensforschung als Erzählforschung 325

Anhang

Anmerkungen 341
Veröffentlichungen von Jörg Becker über Krieg und Medien 353
Literaturverzeichnis 359
Verzeichnis der Abbildungen 401
Verzeichnis der Tabellen 405

Vorwort

Lügen. Von der SS fingiert, fand am 31. August 1939 scheinbar ein polnischer Überfall auf den Radiosender Gleiwitz statt. Bekanntermaßen war diese Aktion nur ein propagandistischer Vorwand für den Überfall der deutschen Wehrmacht auf Polen und den Beginn des Zweiten Weltkriegs. Bemerkenswert hierbei ist der zu dieser Propagandaaktion gehörende Vorabkommentar von Adolf Hitler: »Die Auslösung des Konfliktes wird durch eine geeignete Propaganda erfolgen. Die Glaubwürdigkeit ist dabei gleichgültig, im Sieg liegt das Recht« (zit. in Hohlfeld 1953, S. 74–81).

Und genau derselben zynischen Machtlogik gehorchten die USA bei dem vorgetäuschten Überfall auf US-Schiffe in der Tonkin-Bucht 1964, der der Auslöser für den Vietnamkrieg war, oder bei den Lügen des US-amerikanischen Außenministers Colin Powell im Februar 2003 vor dem UN-Sicherheitsrat, die den Weg in den Krieg gegen den Irak ebneten (und peinlicherweise hatte die US-Regierung anlässlich dieser Rede mit Erfolg darauf bestanden, dass das Guernica-Bild von Picasso im Foyer des UN-Gebäudes zugehängt wurde, sodass Powell dieses pazifistische Bild nicht sehen musste).

Dass Lügen bekanntlich kurze Beine haben, demonstrieren wohl auch nicht zufällig alle drei Kriegslügenbeispiele: Weder lag im Zweiten Weltkrieg der Sieg auf der deutschen noch lag er im Vietnamkrieg auf der US-amerikanischen Seite und beim Irakkrieg mag man sich über Siegerfrage streiten. So waren eben viele Kriegslügen – selbst im Sinne von Hitlers sozialdarwinistischer Rechtsauffassung – im Nachhinein auch noch Unrecht.

Manchmal prangert auch die Presse, wenigstens im Nachhinein, solche Kriegslügen an, die sie viele Jahre vorher ganz selbstverständlich mit verbreitet hatte. Selbstredend hatte auch eine Qualitätszeitung wie die *Frankfurter Rundschau (FR)* im August 1964 die Lüge vom Angriff nordvietnamesischer Schnellboote auf US-Schiffe in der Tonkin-Bucht übernommen. Nun, 50 Jahre später, war die FR

so weit, über diesen von den USA vorgetäuschten Überfall kritisch zu berichten, freilich ohne dabei auf die eigene Rolle als Überbringer solcher Lügen einzugehen (Moll 2014). Doch es gibt zur Tonkin-Lüge gegenwärtig auch andere Beispiele, da gern geglaubte Lügen besonders lange Beine haben. Auch eine Provinzzeitung wie das *Solinger Tageblatt* veröffentlichte einen Erinnerungsartikel an den fünfzigjährigen Ausbruch des Vietnamkrieges. Doch da erfährt die alte Tonkin-Lüge putzmunter ihre Renaissance: »Im August 1964 werden US-Zerstörer von nordvietnamesischen Patrouillenbooten angegriffen« (Meinert und Coester 2015, S. 5).

Hinsichtlich des Irakkrieges lassen sich mindestens zehn Lügen der US-amerikanischen und britischen Regierung ausmachen: 1. Die Al-Qaida-Lüge (unterstellte Kooperation Saddam Hussein/al Qaida), 2. die Niger-Lüge (angeblicher Uranankauf aus dem Niger durch den Irak), 3. die 45-Minuten-Lüge (angebliche Einsatzbereitschaft irakischer Massenvernichtungswaffen innerhalb von 45 Minuten), 4. die Massenvernichtungswaffen-Lüge (angeblich Massenvernichtungswaffen im Irak), 5. die Biowaffen-Lüge (angeblich Biowaffen im Irak), 6. die Reichweiten-Lüge (Unterstellung, der Irak habe trotz erfolgter Demontage seiner Samud-Raketen mit einer Reichweite von 200 Kilometern weitere Raketen dieser Art), 7. die Streubomben-Lüge (viel größerer Kriegseinsatz dieser Bomben durch die USA als vorher angekündigt), 8. die Jessica-Lynch-Lüge (vom US-Militär manipulierte Befreiungsoperation einer US-Soldatin aus einem irakischen Krankenhaus), 9. die Bunker-Lüge (Fehlinformation über die erfolgreiche Bombardierung eines Bunkers, in dem sich angeblich Saddam Hussein aufgehalten hatte) und 10. die Statuen-Lüge (Stürzung der Hussein-Statue in Bagdad durch das US-Militär, nicht durch die irakische Bevölkerung) (Franz 2003).

Massenmedien. Einem kleinen Kreis der interessierten Öffentlichkeit ist seit Langem bekannt, dass die Ukraine seit mehreren Dekaden mit Kampagnen, Geld, Personal, Schulungen, Seminaren, Vorträgen, Einladungen, Medien und Internet seitens der USA ausgestattet wird, um die UdSSR respektive Russland zu destabilisieren und Osteuropa zu »balkanisieren«. Dafür war zunächst die CIA zuständig und gegenwärtig ist es vor allem die National Endowment for Democracy (NED) (Huber 2005; Schreyer 2014). Allein von 1991 bis 2013 investierten die USA nach Aussagen der US-Diplomatin Victoria Nuland, Assistant Secretary of State im US-Außenministerium, in einer Rede vor einem Business Club in Washington im Dezember 2013 in der Ukraine den Betrag von fünf Milliarden Dollar, um einen *regime change* und eine dependente Wirtschaftsintegration der Ukraine in die EU zu erreichen.

Ein nicht unerheblicher Teil der Öffentlichkeit fiel mit solchen Ressourcen im Hintergrund in den Kalten Krieg zurück, die mit diesen Geld- und Propaganda-

kampagnen verbundene Medienmanipulation machte natürlich nicht halt vor Deutschland: Dass die ukrainische Revolution – nach dem zentralen Kiewer Maidan-Platz auch als Euromaidan bezeichnet – nicht zuletzt von bezahlten Schlägertrupps gemacht wurde, blieb überwiegend unerwähnt. Weitgehend verschwiegen wurde von deutschen Medien außerdem die Tatsache, dass es sich bei den fälscherlichweise als OSZE-Beobachter bezeichneten Soldaten um Bundeswehr-Angehörige gehandelt hatte und dass westliche Regierungen beim Absturz/Abschuss des Fluges MH-17 der Malaysia Airlines seltsam untätig geblieben waren. Unterbelichtet blieb auch die Tatsache, dass mit den neuen ukrainischen Politikern Arsenij Jazenjuk und Petro Poroschenko doch wiederum nur Angehörige der alten ukrainischen Oligarchie die politische Macht übernommen hatten, dass der neuen Regierung von Jazenjuk mehrere faschistische Minister angehörten und dass Jazenjuk mit seiner eigenen Open Ukraine Foundation vor seinem Machtantritt als Ministerpräsident finanziell von der NED, der NATO, der Stiftung Chatham House und George Soros unterstützt worden war. Es fügt sich nahtlos in die ausgesprochen tendenziöse Berichterstattung vieler deutscher Medien über die Ukrainekrise ein, dass die Onlineredaktion von »ZDF heute« am 12. Februar 2015 Fotos von 50 angeblich in die Ukraine einfahrenden russischen Panzern zeigte, die sich später aber als aus dem Jahr 2009 stammende Bilder georgischer Panzer herausstellten (Herkel 2015, S. 14), und dass viele Medien die Lüge von NATO-General Breedlove vom 12. November 2014, russische Panzer seien in die Urkaine einmarschiert, kritiklos und ungeprüft übernahmen (Wernicke 2015). Es passt schließlich dazu, dass deutsche Kritiker der westlichen Ukrainepolitik wie Gabriele Krone-Schmalz, Helmut Schmidt, Egon Bahr oder Willy Wimmer von den Mainstream-Medien geschnitten wurden.

Im Rahmen der Medienmanipulationen über die Ukraine (vgl. Strutynski 2014; Broeckers und Schreyer 2014; Wolter 2014; Bläser 2014; Thoden und Schiffer 2014) etablierte sich in der deutschen Presse der Begriff Putinversteher als neues Schimpfwort, ganz so, als ob Empathie nicht immer die *conditio sine qua non* sein muss, das Handeln eines anderen zu begreifen, und ganz so, als ob auf einmal Unverständnis als Gegenteil von Verstehen zum Inbegriff einer neuen außenpolitischen Intelligenz erklärt werden sollte. Dementsprechend titelte die *FAZ* am 27. Juli 2014 »Putins kurze Beine« und *Die Welt* meinte am selben Tag lapidar: »Gespräche mit Putin sind reine Zeitverschwendung«. Und in völliger Übereinstimmung mit der gegenwärtigen Kalter-Krieg-Stimmung und der Renaissance antirussischer Feindbilder hieß es dann am 9. September 2014 in dem Artikel »Die Ukraine stärken« in der *FAZ:* »Einzig eine Aufrüstung der Armee kann für Stabilität sorgen – und die Demokratie stärken.«

Es ist durchaus einmalig in der Geschichte der *ARD,* dass die vielfältigen Medienmanipulationen um die Ukrainekrise und den ukrainischen Bürgerkrieg so

heftig waren, dass sich sogar der *ARD*-Programmrat (eigentlich ein Papiertiger) im Juni 2014 veranlasst sah, die Berichterstattung der *ARD* als »fragmentarisch«, »tendenziös«, »mangelhaft« und »einseitig« zu kritisieren (vgl. Daniljuk 2014).

Ebenfalls ist einem kleinen Kreis der interessierten Öffentlichkeit seit Langem bekannt, dass es in dem anderen gegenwärtig großen Krieg, also dem Krieg im Nahen Osten, zahlreiche und unerträgliche Medienmanipulationen gibt. Diese Manipulationen zielen insbesondere auf die Berichterstattung darüber, wer in der letzten Dekade die verschiedenen von der CIA auf die Zahl von rund 1 500 geschätzten islamistischen Milizen wie al-Qaida, die Freie Syrische Armee, die al-Nusra-Front, die Ahrar el Sham und den Islamischen Staat mit Ressourcen, Geld, Waffen, Transportmitteln, Logistik usw. ausgestattet hat und welche Rolle hierbei besonders die mit dem Westen verbündeten Staaten Saudi Arabien, Qatar (vgl. Kirkpatrick 2014), Bahrain, das NATO-Mitglied Türkei und die Geheimdienste CIA und MI6 gespielt haben.

Der große Kreis der Öffentlichkeit erfährt aber zum Beispiel nicht, dass der Islamische Staat (IS) seine Waffen durchaus, wenn auch indirekt, mit der Hilfe der USA bezogen hat und dass hinter dieser Waffenhilfe politische Kreise in Washington stehen, die eine Zerschlagung des Nahen Ostens in viele Kleinstaaten anstreben (vgl. Nimmo 2014).

Elitäre soziale Netzwerke. Dass der ukrainische Ministerpräsident Arsenij Jazenjuk Mitglied der geheimen Bilderbergkonferenz ist, kann der Natur der Sache nach nicht verifiziert werden, würde aber gut in das gegenwärtige Bild der Landnahme der Ukraine durch EU und NATO und in die antirussische *Roll-back*-Strategie der USA hineinpassen. Es ist das außerordentlich große Verdienst des jungen Kommunikationswissenschaftlers Uwe Krüger (2013), das Thema Medien und Krieg nicht mit der soundsovielten Inhaltsanalyse angegangen zu haben, sondern mit einer empirisch fundierten Netzwerkanalyse der sozialen Symbiose von Politikern und Journalisten, die über Krieg und Frieden nachdenken, dass er also das verifiziert hat, worüber man bei Jazenjuks Mitgliedschaft in der Bilderbergkonferenz nur spekulieren kann.

Krügers Ergebnisse sind mit der Wächterrolle der Medien für unsere Demokratie nicht verträglich. Drei Teilergebnisse stechen ins Auge: 1. Die vier für Kriegsfragen tonangebenden Redakteure von *Süddeutscher Zeitung, Frankfurter Allgemeine Zeitung, Welt* und *Zeit* sind auf das Engste in Strukturen bei der NATO, in den USA und bei der Bundesregierung eingebunden, die den Diskurs in Fragen von Krieg und Frieden politisch vorgeben. 2. Es gibt starke argumentative Überschneidungen zwischen den Kommentaren dieser vier Redakteure und offiziellen Statements der NATO und US-naher militärpolitischer Netzwerke. Insbesondere übernehmen diese vier Redakteure kritiklos den Diskurs der etablierten außen-

politischen Elite auf den jährlichen Münchener Sicherheitskonferenzen. 3. Vom vorherrschenden militär- und bündnispolitischen Diskurs abweichende Konzepte und Meinungen werden ignoriert, marginalisiert und delegitimiert.

Public-Relations-Agenturen. Mit der PR-Agentur Moritz Hunzinger in Frankfurt hat auch Deutschland eine Agentur, die sich 1999 in Serbien während des Krieges gegen den Kosovo in vielerlei Weise engagierte. Nach Aussage dieser Agentur konnte sie zum Beispiel erreichen, dass die Fabriken eines deutschen Unternehmens in der Nähe von Belgrad durch die NATO nicht bombardiert wurden (Becker und Beham 2006, S. 124). Bei einer anderen deutschen PR-Agentur, nämlich der CATO-Sozietät für Kommunikationsberatung, gibt es auch ausgesprochen kritische Stimmen über die Rolle von PR-Agenturen in Kriegen. Dazu deren Geschäftsführer Klaus Kocks:

> »Wir verdanken dem neuesten Irakkrieg die Metapher des Journalisten, der ›embedded‹ ist. Eine verhängnisvolle Metapher, da liegt die Publizistik also im Bett der PR. Ich versage mir, diese Metapher zu Ende zu denken. Institutionen aus Politik und Wirtschaft schaffen sich, wenn Sie ein kleines und sehr konkretes Beispiel mögen, Satellitenübertragungswagen an und stellen sie den TV-Journalisten zur freien Verfügung, die nur senden können, wenn ihnen dies gestellt wird. Stufe zwei: Die PR-Anbieter zeichnen Ereignisse mit eigenen Teams auf und legen das Vor-Programm auf Satellit zum kostenlosen Abgreifen durch Medien. Stufe drei: Sie inszenieren Ereignisse, die eine so starke audio-visuelle Dramaturgie haben, dass sie den Berichterstattungsanlass überhaupt erst ergibt, also die Berechtigung, das PR-Material ins Programm zu heben. Das Lamento der berufsethischen Bedenkenträger etwa über die Inszenierung von Politik darf nicht darüber wegtäuschen, dass eben diese Inszenierung von den gleichen Medien gefordert wird. Wir wollen O-Töne! Wir brauchen Bilder! Wir wollen eigene O-Töne. Wir brauchen eigene Bilder.« (Kocks 2003)

Bevölkerungsumfragen. Das sogenannte Augusterlebnis vom Sommer 1914, nach dem es in weiten Kreisen der deutschen Bevölkerung eine anfängliche Kriegsbegeisterung für den Ersten Weltkrieg gegeben habe, steht zwar nach wie vor in so manchem deutschen Schulbuch, ist aber eine kulturelle Inszenierung, die wenig mit dem zu tun hatte, was die Bevölkerung wirklich dachte und fühlte (vgl. Verhey 2000; Ullrich 2003; Bendikowski 2014). Ähnliches lässt sich in den USA beim Vietnamkrieg feststellen: Dieser fand sein Ende nicht wegen der vielen Kriegsberichte im Wohnzimmerfernsehen – wo die kulturelle Inszenierung in diesem Falle stattfand –, sondern weil Bevölkerungsumfragen ergaben, dass die Bevölkerung diesen Krieg nicht länger wollte, und dies bereits zu einem Zeitpunkt, als das Wohnzimmerfernsehen noch kaum kritische Kriegsberichte brachte. Ein unkriti-

sches TV folgte der kritischen Bevölkerung und nicht etwa eine unkritische Bevölkerung einem kritischen TV (vgl. Hallin 1986).

Auch gegenwärtig, im Mai 2015, ist die deutsche Bevölkerung alles andere als kriegsbegeistert. So ist in den letzten Jahren die Zustimmung zur Beteiligung der Deutschen Bundeswehr am Afghanistaneinsatz kontinuierlich gesunken und auch die Pläne der Bundesregierung, sich militärisch in Afrika zu engagieren, stoßen in der Bevölkerung auf starke Ablehnung. Nicht anders ist es beim Thema Waffenlieferungen an Kurden und Milizen, die gegen die IS kämpfen, auch hier ist die deutsche Bevölkerung mehr als skeptisch. Nach einer EMNID-Umfrage von August 2014 sprechen sich 14 Prozent der Befragten für Waffenlieferungen aus, 5 Prozent wollen Truppen der Bundeswehr in den Anti-Terror-Kampf schicken und weitere 9 Prozent der Deutschen wollen beides, also deutsche Waffen und Soldaten gegen den IS. Doch: Die deutliche Mehrheit von 70 Prozent fordert, Deutschland solle sich »militärisch aus dem Konflikt heraushalten«.

Die deutsche Bevölkerung spricht sich nicht nur gegen eine Beteiligung Deutschlands an Kriegen aus, nein, sie tut es sogar in zunehmendem Maße. Antworteten 1994 noch 62 Prozent der Befragten auf die Frage »Sollte Deutschland sich mehr in internationalen Kriegen engagieren?« mit Ja, so war der Anteil der Befürworter auf diese Frage 2014 auf 37 Prozent und 2015 sogar auf 34 Prozent gesunken. Nicht anders sieht es in den USA aus. Sprachen sich dort 1974 noch 66 Prozent für eine Supermacht-Rolle der USA aus, sind es 2015 nur noch 56 Prozent (vgl. Mayer u. a. 2015). Angesichts dieser abnehmenden Zustimmung zu einer kriegerischen Außenpolitik bei den von einem Krieg potenziell betroffenen Menschen kann es nicht verwundern, wenn die den Herrschenden nahestehenden Mainstream-Medien immer mehr zu deren Propagandainstrument in Sachen Krieg verkommen.

Die Spirale dreht sich immer schneller.

Die Kriege befürwortenden Medienstimmen und Presseartikel nehmen zu. Die solche Sichtweisen befürwortenden sozialen Netzwerke in Medien und Politik werden enger, dichter und effektiver. Doch die Ablehnung der Bevölkerung zu Auslandseinsätzen der Bundeswehr steigt an. Deswegen nehmen die Kriege befürwortenden Medienstimmen und Presseartikel erneut zu. Ad libitum. Oder?

Aber: Noch stets waren die Leser der *Bild-Zeitung* schlauer als gerade diese Zeitung, die sie lesen. Könnte es sein, dass Medien in Sachen Krieg die Glaubwürdigkeitslücke zwischen Angebot und Rezipienten ganz grundsätzlich nicht schließen können?

Dieses Buch versucht, Antworten auf solche Frage zu finden. Und manchmal, ganz manchmal, hilft dabei der Blick in die eigene deutsche Kriegsgeschichte, wie sie im Gedicht »Tränen des Vaterlandes« des Barockdichters Andreas Gryphius von 1636 zu finden ist, das also mitten im Dreißigjährigen Krieg entstand:

»Die Türme stehn in Glut, die Kirch ist umgekehret,
Das Rathaus liegt im Graus, die Starken sind zerhaun,
Die Jungfraun sind geschändet, und wo wir hin nur schaun
Ist Feuer, Pest und Tod, der Herz und Geist durchfähret. […]
Doch schweig ich noch von dem, was ärger als der Tod,
Was grimmer denn die Pest und Glut und Hungersnot:
Dass auch der Seelenschatz so vielen abgezwungen.«

***

Seit meiner ersten Anstellung als Mitarbeiter der Hessischen Stiftung Friedens- und Konfliktforschung in Frankfurt 1971 habe ich mich kontinuierlich mit dem Thema Krieg und Medien beschäftigt. Wie wichtig mir dieses Thema war und noch ist, mag man auch daran ermessen, dass ich 1981 genau über dieses Thema meinen Habilitationsvortrag am Fachbereich Gesellschaftswissenschaft der Universität Marburg gehalten habe. So baut das gesamte Buch auf meinen nun seit vierzig Jahren andauernden Forschungsarbeiten zum Thema Krieg und Medien auf, nimmt alte Gedanken in neuer Form wieder auf, setzt neue Akzente und macht aus vielen Mosaiksteinchen ein ganzes Bild. Detailliert habe ich meine Veröffentlichungen aus vierzig Jahren zu diesem Thema in einem Anhang aufgeführt. Einige Kapitel dieses Buches greifen auf ältere Texte von mir zurück. Für dieses Buch wurden sie überarbeitet – an Aktualität haben sie leider nichts verloren, weil fatale Kontinuitäten sichtbar werden.

Auch bei diesem Buch habe ich vielen Kollegen und Mitarbeitern meinen Dank abzustatten, allen voran meinen österreichisch-türkischen und deutsch-türkischen Studenten, denn nur mit ihrer aktiven Hilfe konnte ich eine Inhaltsanalyse der Irakkriegsberichterstattung in den beiden türkischen Zeitungen *Zaman* und *Hürriyet* vornehmen, im Übrigen eine Möglichkeit, den Sprachenreichtum dieser Studenten akademisch zu nutzen, die viel zu wenig in Anspruch genommen wird. Dafür danke ich besonders Seref Ates, Hüseyin Cicek, Arzu Onay-Ok und Gülsel Taskara. Für weitere Hilfen und Mitarbeit danke ich meinen Marburger und Innsbrucker Studenten Steffen Arora, Richard Brunhart, Carmen Döring, Lorenz Götsch, Martin Hartlieb, Sabrina Hofer, Konrad Lais, Barbara Leutgeb, Bernadette Linder, Nikolaus Noll, Thomas Oberhofer (†), Tobias Schwarz und Nedeljko Vuckovic. Alle haben sie in freiwilligen Arbeitsgruppen, ohne Honorar und ohne einen Seminarschein, an den Aufgaben voller Engagement gearbeitet, um die es ging. Meiner damaligen Studentin und jetzigen Journalistin Barbara Bachmann rufe ich ein großes Dankeschön für ihre ebenso rigorose wie sensible inhaltliche, grammatische, stilistische und orthographische Korrektur des gesamten Buches zu. Und der gleiche Dank geht schließlich an meinen Lektor Gunther

Gebhard aus Dresden: Rigoros zwang er mich, so manches Argument zu überdenken, Absätze zu streichen, da sie spekulativ seien und verschiedene Angaben von mir mit zusätzlichen Quellenhinweisen abzusichern. Anfangs folgte ich ihm nur knurrend, letztendlich aber sehr friedlich, da ich positiv merkte, dass durch seine intensiven Anregungen die Qualität meines Buches erheblich gesteigert wurde.

Wie schwierig friedfertige Erziehung ist, habe ich bei meinen eigenen Kindern Martin, Steffi und Jonas selber erfahren. Doch bei all meinen Erziehungsfehlern ist es meiner Frau und mir erfolgreich gelungen, sie antimilitaristisch zu erziehen. Darüber bin ich froh. Allen drei ist deshalb dieses Buch gewidmet.

Einleitung: Medien im Krieg

1

Vor dem Hintergrund von Systemtheorie, Konstruktivismus und Postmoderne ist Friedensforschung hoffnungslos altmodisch, beharrt sie doch darauf, nach Wahrheiten und Moral zu suchen, beansprucht sie, eine normative Sozialwissenschaft zu sein. Ganz ähnlich geht es dem Journalismus mit seinem Selbstverständnis und seiner Vorstellung der Aufgaben von Massenmedien in einer Demokratie. Als weltweit gültige Übereinstimmung kann gelten, dass Massenmedien von fundamentaler Bedeutung sind, um die für jede Demokratie überlebenswichtige Sphäre dessen zu schaffen, was unter Öffentlichkeit, öffentlichem Diskurs und öffentlicher Auseinandersetzung verstanden wird. Weltweite Übereinstimmung gibt es im Übrigen auch darüber, dass die Tätigkeit der Massenmedien alles andere als wertfrei ist, dass es sogar verbindliche rechtliche oder freiwillige ethische Normen gibt, unter denen die Berichterstattung von Massenmedien stattfinden sollte. Die juristische oder ethische Norm, die Arbeit der Massenmedien habe dem Frieden zu dienen und nie dem Gegenteil, ist älter als gemeinhin bekannt und mehr oder weniger universell gültig.

Gerade die Verbreitung des Rundfunks kurz nach Ende des Ersten Weltkriegs (aber dies betrifft letztlich Radio und Fernsehen gleichermaßen) ist auf das Engste mit einem internationalen Friedensauftrag verknüpft. Rundfunk war und ist wegen der Unbegrenztheit elektromagnetischer Wellen immer internationaler Natur, und nach dem (immer noch gültigen) Rundfunkfriedenspakt von 1936 steht Rundfunk generell in der Pflicht, eine wahrheitsgemäße und eine auf Frieden und Völkerverständigung gerichtete Informationsverbreitung zu fördern und zu gewährleisten. In der internationalen Mediendiskussion der letzten Dekaden wurden solche Rechtsgrundsätze in der Mediendeklaration der UNESCO von 1976 für alle Medien generalisiert. Dort heißt es in Art. 1:

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_1,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

> »Die Stärkung des Friedens und der internationalen Verständigung, die Förderung der Menschenrechte und die Bekämpfung von Rassismus, Apartheid und Kriegshetze erfordern einen freien Austausch und eine umfassendere und ausgewogenere Verbreitung von Information. Hierzu haben die Massenmedien einen wichtigen Beitrag zu leisten. Dieser Beitrag ist umso wirksamer, je mehr die Informationen die verschiedenen Aspekte des behandelten Gegenstands wiedergeben.«

Was für das Völkerrecht gilt, trifft auch auf nationales Medienrecht zu, insbesondere in Deutschland. Der Rechtswissenschaftler Udo Branahl hat in seiner Abhandlung über »Recht und Moral im Journalismus« nachdrücklich darauf aufmerksam gemacht, dass es auch eine Friedenspflicht der deutschen Medien gibt:

> »Das öffentliche Aufstacheln zur Führung eines Angriffskrieges ist mit Strafe bedroht. […] Angriffe gegen die Menschenwürde bestimmter Bevölkerungsgruppen, die in massiven Beschimpfungen, Haßtiraden oder der Aufforderung zu Gewalt- und Willkürmaßnahmen gegen deren Mitglieder zum Ausdruck kommen, können als Volksverhetzung bestraft werden. Ebenso ist die Herstellung und Verbreitung von Darstellungen mit Strafe bedroht, die zum Rassenhaß aufstacheln oder Gewalttätigkeiten gegen Menschen verherrlichen, verharmlosen oder in einer Weise darstellen, die die Menschenwürde verletzt.« (Branahl 1992, S. 227)

Geradezu vorbildlich heißt es in diesem Sinne im Gesetz über den Westdeutschen Rundfunk von 1954:

> »Der Westdeutsche Rundfunk soll die internationale Verständigung fördern, zum Frieden und zur sozialen Gerechtigkeit mahnen, die demokratischen Freiheiten verteidigen und nur der Wahrheit verpflichtet sein.«

Als erste Erkenntnis bleibt also festzuhalten: Es gibt nicht nur eine passiv zu duldende Friedenspflicht der Massenmedien, sondern eine politisch aktivierende Pflicht. Die Massenmedien sollen von sich aus aktiv für den Frieden eintreten. Beim Thema Frieden, Völkerverständigung, soziale Gerechtigkeit und demokratische Freiheiten soll der Journalismus also nicht nur abbilden, was in der Wirklichkeit zu sehen ist (Spiegelbild-Theorie), er soll vielmehr mahnen, d. h. aus der Wirklichkeit aussuchen und gestalten, Vorbilder geben, zu Veränderung aufrufen (Vergrößerungsglas-Theorie). Friedensjournalismus – um ein Konzept von Johan Galtung aufzugreifen – ist eigentlich nichts Neues, entspricht vielmehr und seit Langem dem juristischen und ethischen Selbstverständnis von Journalismus und Massenmedien. Wie alt und selbstverständlich ein solcher Anspruch auf Friedensjournalismus ist, kann man auch an folgendem Zitat sehen. Es stammt von

Karl Bücher, dem sozialdemokratisch orientierten Nationalökonomen, der 1916 in Leipzig das erste Institut für Zeitungskunde gründete. Zu Beginn des Ersten Weltkriegs schrieb er kritisch:

> »Man sollte […] glauben, dass die Presse gerade in solchen Zeiten ein lebhaftes Bewußtsein ihrer Aufgabe betätigen und von dem Gefühl ihrer Verantwortlichkeit durchdrungen sein würde, die ihr gebieten müßte, über den kämpfenden Parteien zu stehen, der Wahrheit und nur der Wahrheit zu dienen und mäßigend auf die entflammten Volksleidenschaften einzuwirken. […] Ja, es gibt Blätter, die an Verhetzung und Herabsetzung unserer Gegner so Unglaubliches geleistet haben, dass unsere Krieger vor der Front sich gegen diesen Ton ernstlich verwahrt haben. Wären unsere Feinde so, welches Verdienst wäre es, sie zu schlachten?« (Bücher 1926, S. 273, 298).

Bücher war ein relativ einsamer Rufer, einsam gegenüber einer deutschen Presselandschaft, die seit 1905 in steigendem Maße suggerierte, dass die internationalen Konfliktstrukturen hoffnungslos verhärtet wären, dass Deutschland diese Strukturen nur noch mit dem Mittel des Krieges verändern könne (vgl. Rosenberger 1998).

Die Diskrepanz zwischen friedensjournalistischem Anspruch und medialer Realität, der Sprung von Lüge zu Wahrheit und der von Erstem Weltkrieg zum Kosovo- oder Irakkrieg ist kürzer als manche meinen; die Grundsatzprobleme von damals sind nach wie vor die von heute. »Haben Lügen in der hohen Politik nicht die sprichwörtlich kurzen Beine?«, fragt der Friedensforscher Ulrich Albrecht (2000, S. 63) zum Schluss seines Aufsatzes über die Informationspolitik der NATO. Und weiter heißt es bei ihm:

> »Offenkundig ist ein Teil der Aufgabe der aufwendigen Informationspolitik der NATO, Nebelkerzen zu werfen, zu verhüllen und eben nicht aufzuklären.«

Ähnlich heißt es bei den beiden Journalisten Jo Angerer und Mathias Werth (2001, S. 9):

> »Deutsche Politiker haben sich der Falschinformation und der Lüge bedient, um die Beteiligung der Bundeswehr am Nato-Bombardement in Jugoslawien gegenüber der Öffentlichkeit zu legitimieren.«

Aus der inzwischen sehr umfang- und kenntnisreichen Fachliteratur über die Rolle der Medien im Kosovokrieg[1] sei hier nur noch das Resümee einer Studie des Wissenschaftszentrums in Berlin über die Kriegsberichterstattung von *Frankfurter Allgemeiner Zeitung (FAZ), Die Welt, Frankfurter Rundschau (FR)* und *tageszeitung (taz)* zitiert:

> »Die Analyse des Kosovodiskurses zeigt, dass nicht nur in bezug auf die unkontrollierte Vermittlung von Informationen aus militärischen Quellen, sondern auch in bezug auf die Bewertungen und Einschätzungen den Medien nicht zugute gehalten werden kann, eine Diskussion über die Legitimität und Zweckmäßigkeit des Militäreinsatzes angeregt zu haben. Die Medienstimme bewegte sich innerhalb eines vergleichsweise eng begrenzten Meinungsspektrums und bildete damit den weitreichenden parlamentarischen Konsens ab. Alternativen zur Annahme der Unvermeidlichkeit des Einsatzes wurden nicht in nennenswertem Ausmaß formuliert. In dem Maße, in dem die Medien sich auf die strategischen Aspekte des Krieges konzentrierten, fielen sie als Sprecher für die im parlamentarischen Diskurs in den Hintergrund gerückten Fragen nach der Legitimität und den negativen Folgen des Militäreinsatzes aus.« (Eilders 2000, S. 5)

Warum also – und stets aufs Neue – erhalten wir folgende, keinesfalls auf die Frage nach der Qualität von Kriegsberichterstattung beschränkten, Ergebnisse?

- Massenmedien übernehmen häufig ungeprüft an sie weitergegebene Informationen von staatlichen Stellen.
- In vielen Massenmedien wird gelogen.
- Massenmedien spiegeln eher den parlamentarischen Konsens als dass sie ihrer verfassungsmäßigen Wächteraufgabe nachkommen.[2]
- Massenmedien zeigen eher Beharrungs- und Verstärkungstendenz, als dass sie Motor von Veränderung und gesellschaftlichen Alternativen sind. Meist sind sie also affirmativ, nicht kritisch.
- Massenmedien konstruieren eine ihnen eigene Realität. Oft haben ihre Informationen und Berichte wenig mit dem zu tun, was man gemeinhin Wirklichkeit nennt.
- Massenmedien neigen zu einer Vermischung von Meinung und Nachricht, von Politik und Unterhaltung, von Aufklärung und Kommerz.
- Massenmedien sind gerade im Bereich der internationalen Beziehungen ein Substitut für eigene und persönliche Erfahrung.

Warum das so ist, hat schon Karl Bücher (1981, S. 146) analysiert: Der Zeitungsunternehmer »bezweckt nicht, wie naive Leute glauben, in ihr [der Zeitung, J. B.] öffentliche Interessen zu vertreten, sondern aus dem Verkaufe von Anzeigenraum Gewinn zu ziehen. Der redaktionelle Inhalt der Zeitung ist für ihn bloß ein kostensteigerndes Mittel zu diesem Zweck, und es gehört zu den auffallendsten Erscheinungen der Kulturwelt, dass sie diesen Zustand noch immer erträgt.«

Was Karl Bücher vor neunzig Jahren formulierte, hat sich inzwischen radikal dynamisiert. Die ungeheuerliche Dynamik von Internationalisierung und Privati-

sierung, von Deregulierung, Liberalisierung und Kommerzialisierung, von selbstverordnetem staatlichen Rückzug, der *Terror der Ökonomie* (Viviane Forrester), das schleichende Ende der Zivilgesellschaft im Sinne von Antonio Gramsci als Bedeutungsverlust der Sphäre des Politischen, das beschädigte Gemeinwesen mit seinem Verschwinden einer politischen Kultur der Solidarität und Nächstenliebe und mit seiner Zunahme hedonistischer Ichlinge, kurz: die fehlende Zivilisierung des Kapitalismus – all dies zusammengenommen hat das einst öffentliche Gut Information (fast) durch und durch in eine Ware verwandelt. In diesem Verwandlungsprozess sind die Frei- und Nischenräume, die Widersprüche, Konflikte und einen freien Blick nach vorn ermöglichen, immer kleiner geworden. Wo die Trias von Telekommunikation, Informationstechnologie und Massenmedien zur globalen volkswirtschaftlichen Lokomotive geworden ist, die die Automobil- und die chemische Industrie in Bezug auf Marktgröße, Innovationsfähigkeit und Dynamik in den Schatten stellt, da vollendet sich das, was Theodor W. Adorno und Max Horkheimer als Kulturindustrie analysiert hatten. Wo es eine Verschärfung der Konkurrenz auf dem Markt der öffentlichen Meinung gibt, wo nicht das bessere Argument zählt, wo vielmehr gewinnträchtige Ambitionen kommerziell ausgerichteter Medienanbieter vorherrschen, wo das redaktionell verantwortete journalistische Programm zum *free lunch* von Werbemärkten geworden ist, da ist kritische Öffentlichkeit nicht mehr möglich, vielmehr wird sie systemisch verhindert. Stattdessen wird eine Scheinöffentlichkeit produziert, in der »Ereignisse, Probleme und Lösungen nur inszeniert, aber nicht ernsthaft verhandelt werden« (Ludes 1998, S. 186). Noch drastischer ist in diesem Zusammenhang die Sprache der Weizsäcker-Kommission in ihrem Bericht zur Lage des Fernsehens, konstatiert sie doch für Deutschlands politische Kultur eine »Rückkehr der höfischen Öffentlichkeit« (Bericht zur Lage des Fernsehens 1994, S. 13).

Schon in meinem Habilitationsvortrag am Fachbereich Gesellschaftswissenschaft der Universität Marburg über *Kommunikation und Frieden* im Januar 1981 ging es mir[3] ganz wesentlich um dieses Problem: Die Art und Weise, wie Medien mit der Thematik Krieg umgehen, ist umfassend und adäquat nur dann zu begreifen, wenn man eine systematische Analyse von Massenmedien aus dem Blickwinkel von struktureller Gewalt betreibt. Verfügungsgewalt, Zugang, Technologie, Nutzung, Rezeption, Wirkung und Funktion: Alle diese Dimensionen massenmedialer Produktion, Verteilung und Verarbeitung unterliegen struktureller und im Sinne von Johan Galtung auch und außerdem kultureller Gewalt. Stets war es deswegen eine intellektuelle Fehlleistung, gerade auch der Friedensforschung in Deutschland, den Schwerpunkt ihrer Analyse nur auf die Variable Inhalt zu legen. Als Feindbildanalyse und Auseinandersetzung mit Vorurteilen und Stereotypen hatte sich die Friedensforschung am schlechten Inhalt, der gut zu überwinden sei, festgebissen.

1.1 Stand der Forschung

Wo die kritische Elite schon zielgerichtet und reflexiv dachte, nur die Masse der Bevölkerung mit einem aufgeklärten Bewusstsein noch nicht folgen konnte, da galt es die Pathologie des Systems zu überwinden, Lernblockaden abzubauen und aufzuklären. Dass Aufklärung selbst ein Betrug sein könnte – so Theodor W. Adorno und Max Horkheimer –, dass ein rein instrumenteller Aufklärungsprozess seinen humanen Preis kosten könnte, solche Ideen standen Ende der sechziger Jahre am Anfang der institutionalisierten Friedensforschung nicht Pate (sieht man von den Arbeiten von Klaus Horn ab). Vielmehr waren es systemtheoretische und technokratische Spekulationen über die Funktionalität von vorurteilsfreien, völkerverständigenden und friedensförderlichen Inhalten. Wieder und wieder wurde in diesem Zusammenhang die Gründungsakte der UNESCO gebetsmühlenartig zitiert: Da »Kriege ihren Ursprung im Geiste des Menschen haben, [muss] die Schutzwehr des Friedens gleichfalls im Geiste des Menschen errichtet werden.« Im Geiste des Menschen … – dies war genau der idealistische Fallstrick der Friedensforschung, der zu folgenden Ergebnissen führte:

- Medienanalysen wurden von den Politikwissenschaftlern in die Ecke der Psychologie und Pädagogik abgeschoben. Wenig ging es um Macht, Herrschaft, Interesse und System, viel aber um Lernen, Jugendaustausch und Kultur.
- Medienanalysen waren deswegen contentistisch – Bertolt Brecht nannte ein solches Vorgehen verächtlich »inhaltistisch« (Brecht 1967, S. 301) –, also zentriert auf die Kommunikationsvariable Inhalt. Fragwürdig war und ist ein solch contentistischer Ansatz aus wenigstens zwei Gründen. 1. Implizit oder explizit ist jeder contentistische Ansatz einem simplen Stimulus-Response-Modell von Kommunikation verhaftet. Ändere doch einfach die Botschaft und schon klappt die Kommunikation, so könnte man diesen naiven Ansatz skizzieren. 2. Da die Friedensforschung und mit ihr große Teile der Kommunikationsforschung die Variable Inhalt nicht als Funktionalität von Struktur begreifen konnten, mussten alle inhaltlichen Analysen an der Oberfläche bleiben. Ob Hermeneutiker, Inhaltsanalytiker, Sprachwissenschaftler oder Diskursanalytiker: Sie alle gehen von der fragwürdigen Annahme aus, dass die Produktionsbedingungen der Massenmedien eine Randbedingung sei, die den Inhalt kaum beeinflusse. Spricht aber nicht vieles dafür, dass die gegensätzliche Annahme die historisch immer stärker werdende Realität geworden ist? Wo die Ökonomie über die Politik dominiert, da verkümmert die Autonomie des Inhalts zu einer Restkategorie.

Und wo die Pressefreiheit die Meinungsfreiheit ersetzt und aus dem Zeitung le-

senden Bürger ein Rezipient, ein Kunde, eine Klientel und eine Zielgruppe geworden ist, da kann ein demokratietaugliches Konzept von Öffentlichkeit kaum gedeihen.

Eine weitere Leerstelle der bisherigen Friedensforschung in ihrer Auseinandersetzung mit der Thematik Medien und Krieg gründet in der merkwürdigen Scheu, sich analytisch mit Technologie auseinanderzusetzen. Mit der realen technologischen Entwicklung der Massenmedien ist sozialwissenschaftliche Medienforschung immer stärker zu einer Technologiefolgenabschätzungsforschung geworden, ihr geht es gleichzeitig auch um Technologiegeschichte, -philosophie und -ethik. Im Kontrast dazu hat die institutionalisierte Friedensforschung kaum ein systematisches, analytisches und kontinuierliches Interesse an Technologiepolitik entwickelt. Dieses zu fordern, heißt keinesfalls einer technokratischen Sichtweise von Politikwissenschaft Tür und Tor zu öffnen, sondern einfach zur Kenntnis zu nehmen, dass die Größe Technologie, eingeklemmt zwischen Ökonomie und Politik, immer relevanter für jede Gesellschaftsanalyse geworden ist.

Der Postmoderne-Debatte könnte die Friedensforschung entnehmen, dass es eine Interdependenz von Form und Inhalt, von Medium/Technologie und Botschaft gibt. Das Medium ist zwar nicht, wie noch der kanadische Literaturwissenschaftler Marshall McLuhan meinte, die Botschaft, wohl aber formt es die Struktur der Botschaft entscheidend mit. Es war der kanadische Ökonom Harold A. Innis, der mit seiner 1950 erschienenen Arbeit über *Empire and Communications* (Innis 1972) überzeugend und nachdrücklich darauf aufmerksam machte, dass es zwischen der Qualität von historisch je unterschiedlicher politischer Herrschaft und den vorherrschenden medialen Ausdrucksformen konsistente und nichtzufällige Beziehungen gab und gibt. Innis kann als Vater der Erkenntnis bezeichnet werden, dass Medien als materielle Träger von Kommunikation formbildend und verhaltenssteuernd die soziale Umwelt des Menschen prägen. Kriegsberichterstattung war also immer vom Aufkommen der jeweils neuen Medien begleitet. So koppeln sich im 19. Jahrhundert genetisch Telegrafie, Telegramm, Nachrichtenagenturen und Kriegsberichterstattung mit der neuen Fotografie. Mit dem Dokumentarfilm, dem Telefon und dem Radio stehen neue Medien am Anfang und am Ende des Ersten Weltkriegs, und der Zweite Golfkrieg ist eben ohne die miteinander verkoppelte Technik von Fernsehen, Video, Mobiltelefon und Satellit nicht denkbar.

Wie stiefmütterlich die Friedensforschung das gesamte Gebiet Medien und Krieg bislang behandelt hat, wird daran deutlich, dass die wichtigsten Periodika der Friedensforschung (*Friedensanalysen, Friedensgutachten, Jahrbuch Frieden,* Veröffentlichungen der AFK-Kolloquien) hierzu nur wenig veröffentlicht haben. Völlig anders dagegen sieht es in der Kommunikationswissenschaft aus. Während des Zweiten Golfkriegs schrieb dazu der Salzburger Kommunikationsforscher Michael Schmolke (1991, S. 35): »Es gibt kaum ein Teilgebiet der Kommunika-

tionsgeschichte, das so breit erforscht ist wie die gesellschaftliche Kommunikation im Krieg und speziell Kriegsberichterstattung.« Das ist sicherlich zutreffend. Allerdings weist die vorhandene wissenschaftliche Literatur zum Themenkomplex Medien und Krieg folgende Charakteristika auf, anhand derer sich weitere Fehlstellungen und Schwächen der bisherigen Forschung aufzeigen lassen:

- Der größte Teil der Literatur besteht aus exemplarischen Monografien zu einzelnen Kriegen resp. einzelnen Medien (meistens isolierte Dissertationen).
- Die meisten Arbeiten sind anlassbedingt, d. h. sie verdanken ihre Entstehung einem soeben geschehenen Krieg. (So ist z. B. die Zahl der Arbeiten über die Rolle der Medien im Golfkrieg von 1990/91 kurz nach Ende dieses Krieges kaum noch zu überblicken.)
- Sieht man sich die disziplinäre Herkunft der vorhandenen Forschung zum Themenkomplex *Krieg und Medien* an, fällt schnell auf, dass explizit friedenswissenschaftliche Arbeiten nahezu fehlen. Die vorliegende Literatur kommt im Wesentlichen aus der Kunstgeschichte, der Theorie und Ästhetik visueller Kommunikation, der allgemeinen und speziellen Geschichte, der Literaturwissenschaft, der Essayistik und der Sozialpsychologie. Auffallend ist ferner die große Anzahl von Forschungsarbeiten aus den USA und Großbritannien, die im deutschsprachigen Raum nicht rezipiert werden.
- Von den beiden naheliegenden Varianten dieses Themenkomplexes, nämlich *Kriegsdarstellung in den Medien* einerseits und *Medien im Dienste von Krieg* andererseits, ist die erste Variante häufiger bearbeitet worden als die zweite. Selten allerdings ist die Kombination von beiden bedacht worden, noch seltener freilich wurden beide Varianten in den Kontext struktureller Gewalt bei der Produktion von Massenmedien eingebettet, wie es der Verfasser in seinem Habilitationsvortrag von 1981 vorgeschlagen hatte (vgl. Becker 1982).
- Bei einigen der vorliegenden Arbeiten dominieren einfache verschwörungstheoretische Ansätze, wie sie beispielsweise 1997 (vgl. Riepe 1997) durch den TV-Film *Die Konsensfabrik* über den MIT-Wissenschaftler Noam Chomsky wieder einmal in Deutschland akut wurden. Wo sich der kommunikationswissenschaftlich fundierte strukturell-funktionalistische Ansatz auf altlinke Formeln von der Gedankenkontrolle durch Regierung und Big Business reduziert, desavouiert sich ein Noam Chomsky – schlicht und einfach – als Wissenschaftler.
- Im Kontext von Systemtheorie und Konstruktivismus gibt es in der Kommunikationswissenschaft inzwischen das Fachgebiet Krisen- und Risikokommunikation (Peters 1991). Der hier benutzte Krisenbegriff bleibt jedoch soziologisch ungefüllt, wird nicht einmal von den Begriffen Konflikt oder Krieg getrennt, erscheint lediglich als unerwartete Systembedrohung. Demgegenüber steht

eine sozialwissenschaftlich tradierte Friedensforschung in der Annahme, dass Krisen, Konflikte und auch Kriege anstatt als unerwartete Ausnahme sehr viel eher als kontinuierlicher Bestandteil eines labilen Weltsystems zu begreifen sind. Einmal anders formuliert: Wo eine Systemtheorie von in sich geschlossenen Teilsystemen ausgeht (nach den eigenen Prämissen auch ausgehen muss), da ist ein solcher Ansatz von Anfang an nicht in der Lage, die wirklich relevanten sozialen Prozesse zu erkennen. Denn diese bewegen sich entlang offener Bruchlinien, sind oft latenter Natur, zeigen Überlappungen, Konvergenzen und Verzahnungen, sind prinzipiell labil, fragil, dynamisch und chaotisch (im Sinne der Chaos-Theorie).

1.2 Zukünftige Forschungsschwerpunkte der Friedensforschung

Es bleibt zwar eine mehr als fragwürdige Oberflächenanalyse, wenn immer wieder von der sogenannten Informationsgesellschaft (Becker und Göhring 1999) die Rede ist, doch kann als gesichert gelten, dass gerade die ökonomische Bedeutung der Ware Information in den letzten Dekaden enorm zugenommen hat. Bei ihrer in Deutschland gegenwärtig erneuten Institutionalisierung täte die organisierte Friedensforschung gut, diesem Wandel politisch, wissenschaftlich und programmatisch Rechnung zu tragen. Vor dem Hintergrund der Mängelliste bisheriger Forschung werden für zukünftiges wissenschaftliches Arbeiten sechs neue Schwerpunkte vorgeschlagen.

1.2.1 Bilder

Gegenüber der traditionell klaren Trennung von Bild und Text als jeweils spezifischen Medien, begründet in den Techniken ihrer Herstellung, in ihrer Wahrnehmung und ihren immanenten Strukturen sowie den Distributionsformen, ermöglicht die neue Digitaltechnik eine multimediale Zusammenführung. Als Quasi-Hybridisierung auf einer neuen Basis virtualisiert sich Welt. Mit dieser technologischen Veränderung könnte die 800 Jahre alte Dominanz von Vertextung im Erkenntnisprozess einem Ende zugehen, könnte Erkenntnis über Visualisierung und Bild einen sehr viel höheren Stellenwert als früher einnehmen. Schon immer markierten gerade in der Kriegsberichterstattung einzelne Fotos als Quasi-Ikonen das Ganze des Krieges. Das gilt für das Foto *Loyalistischer Soldat im Moment des Todes* aus dem spanischen Bürgerkrieg von Robert Capa genauso wie für das Foto von Eddie Adams aus dem Vietnamkrieg, das den südvietnamesischen

Polizeichef zeigt, wie er einem Mitglied des Vietcong in den Kopf schießt, oder das Foto von Huynh Cong (Nick) Út, das ein junges vietnamesisches Mädchen zeigt, das nackt und schreiend aus ihrem mit Napalm bombardierten Dorf davonrennt. Die Digitaltechnik begründet gegenwärtig eine ikonische Wende, einen Pictorial Turn. Die Friedensforschung wäre gut beraten, das aktiv zu berücksichtigen.

1.2.2 Public Relations

Im Zweiten Golfkrieg dynamisierte sich das Paar Krieg und Medien in einem bis dahin nicht gekannten Ausmaß. Unter Ted Turner führte die US-amerikanische Fernsehgesellschaft *CNN* ganz neuartige Momente in die Kriegsberichterstattung ein. 1. Die bisherige Zeitknappheit im TV-Format einer Nachrichtensendung wurde auf eine 24-stündige Rund-um-die-Uhr-Kriegsberichterstattung ausgedehnt. 2. Das Konzept von Eyewitness-News mit permanenten Live-Übertragungen dramatisierte das TV-Format durch Realismus und Authentizität. 3. Die Staatsoberhäupter der Kriegsparteien (George W. Bush und Saddam Hussein) kommunizierten während des Krieges über *CNN* miteinander, nicht länger über die Kanäle von Geheimdiplomatie. 4. Reale militärische Aktionen im Golfkrieg wurden zu den attraktivsten (und teuersten im Sinne der Werbeindustrie) TV-Sendezeiten in den USA gestartet.

Sieht man von der Zensur in der NS-Zeit ab, dann konnte die Zensur der Berichterstattung durch das Verteidigungsministerium der USA in ihrem Ausmaß und ihrer Qualität historisch kaum noch unübertroffen werden. Und obwohl den Medieninstitutionen und den Journalisten diese Zensur bekannt war, verweigerten sie sich nicht. 6. In Auseinandersetzung mit dem Sender *CNN* ging die französische Postmoderne so weit, Krieg und Medien als gegenseitigen Bedingungszusammenhang kurzzuschließen; Medien sind Krieg, Kriege sind Medien.

Wie inzwischen bekannt ist, war der Golfkrieg auch insofern etwas Neuartiges, als Public-Relations-Agenturen bei der Vermarktung dieses Krieges in den Medien in einem bis dahin unbekannten Ausmaß mitgewirkt haben. Nach der irakischen Invasion von Kuwait im August 1990 gründete die kuwaitische Regierung in den USA eine eigene Nichtregierungsorganisation (NGO), nämlich die Menschenrechtsorganisation Bürger für ein Freies Kuwait (Citizens for a Free Kuwait). Bezahlt von der kuwaitischen Regierung, wurde diese NGO von der Public-Relations-Firma Hill + Knowlton betreut.

Wie der US-amerikanische Journalist MacArthur 1992 detailliert nachgezeichnet und wie es das deutsche TV-Magazin *Monitor* in einer Sendung des WDR vom 30. März 1992 der deutschen Öffentlichkeit nahegebrachte hat, gab es am 10. Oktober 1990 ein Hearing des Arbeitskreis für Menschenrechte des US-amerikani-

schen Kongresses über Menschenrechtsverletzungen des Irak in Kuwait. Da berichtete das kuwaitische Mädchen Nayirah über irakische Soldaten, die in einem kuwaitischen Krankenhaus Babys aus den Brutkästen geworfen haben sollten. Diese Brutkasten-Story trug erheblich zu einer Legitimation der US-amerikanischen Golfkriegspolitik bei. Allerdings weiß man seit Langem, dass dieser Auftritt nichts weiter als eine professionelle PR-Inszenierung war, mit einer Nayirah, die sich im Nachhinein als Tochter des kuwaitischen Botschafters in den USA entpuppte. Dieser Vorgang veranlasste die *Frankfurter Rundschau* zu dem Kommentar, dass der »Babymord eine PR-Lüge« gewesen sei (N. N. 1992).

Wie der Auszug aus den Akten im US-Justizministerium aus der Abteilung des Foreign Agents Registration Act (FARA) vom 10. Mai 1991 (siehe Abbildung 1.1) demonstriert, gab es die erwähnte Vertragsbeziehung zwischen der »NGO« Bürger für ein Freies Kuwait und Hill + Knowlton in der Tat. Gut zeigt dieses Dokument zweierlei. Zum einen gibt es hier das Phänomen von *Astroturf,* also einer durch eine Exil-Regierung, eine Regierung oder für eine Regierung arbeitende PR-Agentur gegründeten künstlichen *Grassroot*-Bewegung, um mit dieser absichtlich und künstlich geschaffenen NGO die öffentliche Meinung im Interesse des Auftraggebers zu instrumentalisieren (vgl. Irmisch 2011). Zum anderen kann man an diesem Dokument gut studieren, um was es bei dieser Art Vertragsbeziehung eigentlich geht, nämlich primär um Medienbeeinflussung. Da heißen die entscheidenen Begriffe: »message development«, »interviews with national print and broadcast media outlets«, »development and dissemination of press/information kits for distribution to the media«, »dissemination of mailings to Congress«, »providing information to Administration officials«, »producing and distribution of video news releases and radio actualities« und »coordination of media workshops«.

Man weiß nun seit einigen Jahren, dass die Tätigkeit von Public-Relations-Firmen bei medialer Kriegsvermarktung alles andere als ein Einzelfall ist (siehe Tabelle 1.1, S 22 f.). So wurde auch im Bürgerkrieg im ehemaligen Jugoslawien die US-amerikanische PR-Firma Ruder Finn Global Public Affairs für die Regierungen von Kroatien und Bosnien-Herzegowina und für die albanische Seite im Kosovo aktiv.

Public Relations gab es im Kosovokrieg (vgl. ausführlich Becker und Beham 2006) auch auf deutscher Seite, und zwar im Umfeld der PR- und Werbeagentur Hunzinger in Frankfurt. Diese Agentur vermarktete u. a. Politiker, d. h., sie verschaffte ihnen Show- und Buchaufträge, lud sie zu Reiseprogrammen ein und veranstaltete mit ihnen Seminare. Firmeninhaber Moritz Hunzinger war u. a. für Lothar de Maizière, Roland Koch und Cem Özdemir tätig. Er trägt die Ehrenmedaille der Bundeswehr und beriet Verteidigungsminister Rudolf Scharping in Stil- und Kleidungsfragen. Während des Kosovokrieges gab es regelmäßige Treffen

Abbildung 1.1 Dokumentenauszug aus einer Akte nach dem Foreign Agents Registration Act (FARA) im US-Justizministerium vom 10. Mai 1991

U.S. Department of Justi
Washington, DC 20530

Supplemental Statement
Pursuant to Section 2 of the Forei, ...nts Registration Act of 1938, as amended.

OMB No. 1105-0007

For Six Month Period Ending 10 MAY 1991
(Insert date)

Name of Registrant
Hill and Knowlton, Inc.

Registration No.
3301

Business Address of Registrant
420 Lexington Avenue, New York, N.Y. 10017
901 31st Street, N.W., Washington Harbour, Washington D.C. 20007

I—REGISTRANT

Citizens for a Free Kuwait

On behalf of the foreign principal, registrant provided counsel on a national media program, strategic planning and message development. Registrant assisted foreign principal in coordinating interviews with national print and broadcast media outlets and contacted media regarding various national programs and events including: United Nations Security Council Hearings and recognition during the Thanksgiving Day National Football League broadcast.

Registrant also developed and disseminated press/information kits for distribution to the media, members of Congress, universities, local, state, and federal government officials and the general public. Registrant implemented strategy for building support for foreign principal at state and local level through the organization, "Americans for a Free Kuwait." Registrant also contacted community, business, academic, and elected leaders to encourage participation in public rallies and to join a network of supporters for the freeing of Kuwait.

Registrant drafted and disseminated mailings to Congress on foreign principal's organization, background of Persian Gulf crisis, human rights issues, economic issues, and similar matters.

Registrant arranged appointments with congressional members and staff to explain principal's viewpoint and generally accompanied foreign principal to these meetings. Registrant responded to requests for information and assistance from members and staff of congressional committees and caucuses.

Registrant also provided information to Administration officials regarding foreign principal. Registrant arranged appointments with Administration officials, and generally accompanied foreign principal to these meetings.

Registrant produced and distributed video news releases (VNR's), and radio actualities in further effort to focus public opinion of freeing Kuwait.

Registrant coordinated various grassroots efforts including a Women's speaking tour and an Academicians' speaking tour.

Registrant coordinated media training workshops and presentation training workshops for foreign principal for press conferences and media interviews; monitored television broadcast; produced nightly radio program, and coordinated media summaries for daily distribution to foreign principal.

Quelle: http://www.fara.gov/docs/3301-Supplemental-Statement-19910510-HAKKJL03.pdf; letzter Abruf am 16. Juni 2015; S. 1 und Attachment III (unpag.)

Tabelle 1.1 Aktivitäten von Public-Relations-Agenturen in Kriegen 1967–2008

Jahr	Auftraggeber/Klient	Aktivität	Ausführende PR-Agentur
1967	Provinzregierung von Biafra	PR-Kampagne unter US-amerikanischen Meinungsführern zur Unterstützung der Unabhängigkeit von Biafra	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1968	Nigerianische Zentralregierung in Lagos	Verbesserung der eigenen Position gegenüber den Sezessionisten aus Biafra in der europäischen Presse	Werbeagentur Galitzine & Partners (Großbritannien)
1985	UNITA-Rebellen in Angola unter Jonas Savimbi	Verbesserung des UNITA-Images in der Presse der USA	Consultingfirma Black & Manafort (USA)
1986	marxistische Regierung von Angola	Verbesserung des Images der marxistischen Regierung von Angola in der Presse der USA	PR-Firma Gray & Co. (USA)
1990	Regierung von Kuwait	PR-Kampagne für die Citizens for a Free Kuwait, einer von der kuwaitischen Regierung gegründeten Astroturf-Bewegung	PR-Firma Hill + Knowlton (Großbritannien)
1991 und 1992	Regierung von Kroatien	PR-Kampagne unter US-amerikanischen Politikern, Regierungsmitgliedern und UN-Beamten, Beratung von Medien, Organisation von Politikerreisen, Unterstützung kroatischer Kriegsziele	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1991	Provinzregierung von Kosovo	pro-albanische PR-Kampagnen in den internationalen Medien	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1992	Regierung von Bosnien-Herzegowina	Kontakte mit Medien, Gründung des Bosnia Crisis Communication Center, Organisation von Pressekonferenzen, internationale Korrespondenz für die Regierung, Platzierung von Leitartikeln in der *New York Times*	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1993	Regierung von Kroatien	Intervention bei US-amerikanischen Medien, Politikern und Wissenschaftlern für die kroatische Kriegspolitik	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1999	Rudolf Scharping, Verteidigungsminister der BRD	persönliche Imagekampagne während des Kosovokrieges	Hunzinger Information AG (BRD)



Jahr	Auftraggeber/Klient	Aktivität	Ausführende PR-Agentur
2001	Regierung der USA	PR-Kampagne zur Unterstützung der NATO-Intervention in Mazedonien	Louis Berger Company (USA) + IdeaPlus (Mazedonien)
2001	Verteidigungsministerium der USA	PR-Kampagne zur weltweiten Unterstützung gemäßigter muslimischer Kräfte während des Afghanistankrieges	The Rendon Group (TRG) (USA)
2008	Regierung des Kosovo	Unabhängigkeitsfeiern des neuen Staates Kosovo	Saatchi & Saatchi (Frankreich/England)
2008	Regierung von Russland	antigeorgische Propaganda im Kaukasuskrieg	GPlusEurope (Belgien)
2008	Regierung von Georgien	antirussische Propaganda im Kaukasuskrieg	Aspect Consulting (Belgien)

Quelle: eigene Erhebung

zwischen Hunzinger und Scharping. Bei Scharpings Truppenbesuch im Kosovo Weihnachten 1999 wurde die dazugehörige Bildarbeit von der Agentur Hunzinger übernommen (vgl. hierzu die folgenden Presseartikel: Ceballos Betancur 1998; Ochs 2000; Winkler 2000; Schuhler 2000 und Becker und Beham 2006).

1.2.3 Gender

»Das Kino entdeckt einen neuen Heldentypus: Den weiblichen Körper als Kampfmaschine« (Seeßlen 1998), so titelte *Die Zeit* 1998 in ihrer Besprechung des Films *G. I. Jane* mit Demi Moore in der Hauptrolle. Dass die Gender-Problematik auch die des Verhältnisses von Krieg zu Medien berührt, ist ganz offensichtlich. Erforscht ist dieses Gebiet aus der Gender-Perspektive allerdings so gut wie gar nicht. Es hat in den Anschein, als ob der Beruf des Kriegsberichterstatters häufiger als in manch anderem journalistische Feld Frauen angezogen hätte. Zu denken ist hier an die Reisejournalistin und Kriegsreporterin Alice Schalek, an die Kriegsberichterstatterin Martha Gellhorn (Gellhorn 2012), an die englische Fotojournalistin Lee Miller mit ihren Reportagen über die letzten beiden Jahre des Zweiten Weltkriegs (Miller 2013), an Marguerite Higgins Buch *Kriegsschauplatz Korea* (Higgins 1951), an die *BBC*-Kriegsreporterin Kate Adie, an die frühere WDR-Korrespondentin Sonia Mikich (Mikich 1997) oder an die 2006 ermordete Moskauer Journalisten Anna Politkowskaja und ihre einsam-kritische Berichterstattung über den Tschetschenienkrieg (vgl. Hille 2001). Ist feminine Kriegswahrnehmung anders als maskuline? Ist weibliche Kriegsberichterstattung anders als männliche?

1.2.4 Unterdrückte Bilder und Texte

Was im Krieg öffentlich nicht geschrieben und nicht gezeigt wird, ist als Text oder Bild dennoch vorhanden, freilich auf anderen Ebenen als der einer medialen Öffentlichkeit. Zwar gab und gibt es seit einer Reihe von Jahren mit Initiativen wie dem Informationsdienst zur Verbreitung unterbliebener Nachrichten (ID) (1975–1981) oder der 1997 gegründeten Initiative Nachrichtenaufklärung (Pöttker 1999) soziale Bewegungen, die versuchen, unterdrückte und verschwiegene Bilder und Texte in den öffentlichen Medienkreislauf einzubringen, doch bleiben solche Ansätze voluntaristisch und nicht systematisch, und sie haben sich zudem so gut wie nie auf Kriegskommunikation bezogen. In diesem Sinne ist an die Arbeiten des anarchistischen Radikalpazifisten Ernst Friedrich (1894–1967) (vgl. Kegel 1986 und 1991) anzuknüpfen, der mit seinen Schockfotos von Kriegsopfern aus dem Ersten Weltkrieg die Öffentlichkeit aufrütteln und erziehen wollte. Was genau also

unterdrückte, verschwiegene, verdrängte, vergessene, ausgelassene, unterlassene und ausgesparte Kriegskommunikation ist, dies wäre zukünftig systematisch zu erforschen. Und notabene: Ein konstruktivistischer Ansatz wäre hierbei völlig überfordert, könnte er doch kaum Kriterien einer Wirklichkeitskonstruktion für das gerade Unwirkliche konstruieren.

Friedensforschung hat sich immer auch – es gilt zu betonen: auch – als angewandte Wissenschaft, als Politikberatung, als Praxeologie von unten verstanden. In diesem Sinn sind noch zwei weitere, eher praxisorientierte Forschungsvorschläge zu machen.

1.2.5 Frühwarnsystem

Es wäre ein Irrtum zu glauben, dass es in der Kriegszukunft nur noch um einen *information war* ginge (wie wichtig auch gerade dieses Arbeitsgebiet noch werden wird).[4] Der Blick auf Afrika zeigt uns trotz Digitalisierung und Elektronik die Rückkehr zu Söldnern und Warlords; im Medienbereich zeigt sie uns in den verschiedenen Hassradios in Zentralafrika die zielgerichtete, bewusste, geplante und außerdem erfolgreiche Nutzung von Massenmedien für Völkermord (vgl. Kirschke 1996 und 2000). Hassbotschaften fallen nicht vom Himmel, sie kündigen sich auch in den Medien an, sie bereiten den latenten Boden für Krieg vor. Würden Massenmedien systematisch und in weltweiter Vernetzung von Friedensgruppen beobachtet und analysiert, dann könnte man aus den Beobachtungsdaten ein Frühwarnsystem für bewaffnete Konflikte aufbauen.

1.2.6 Krisenprävention und Konfliktbearbeitung

Zwar ist es einfacher, Feindbilder per Massenmedien auf- als sie abzubauen, aber dennoch haben einige Medienprojekte in Entwicklungsländern gezeigt, dass Krisenprävention und Konfliktbearbeitung mit Medien machbar ist. Medienwirkung im Sinne einer strukturellen Krisenprävention und Konfliktbearbeitung erfordert eine institutionelle Absicherung in der Form von kontroverser Öffentlichkeit, Möglichkeit zu Vielfalt und Pluralität, Medienrecht als Rahmenbedingung von Rechtsstaatlichkeit und journalistische Ethikcodices als Regulativ für verantwortliches Handeln auf individueller Ebene. Die Förderung solcher institutionellen Bedingungen für Medienkommunikation in der Entwicklungszusammenarbeit muss Ausgangspunkt und Ziel jeder einzelnen Projektförderung vor, während und nach Konflikten sein. Aus unterschiedlichen Gründen eigenen sich für solche konkreten Projekte die Gruppenmedien Radio und Video am besten.

1.3 Schluss

> »Ein großer Teil der Nachrichten, die man im Krieg bekommt, ist widersprechend, ein noch größerer falsch und bei weitem der größte einer ziemlichen Ungewißheit unterworfen.« (Clausewitz, zit. nach Müller-Ullrich 1996, S. 141)

Dieses hellsichtige Zitat stammt von Carl von Clausewitz, und es ist ganz offensichtlich nach wie vor aussagekräftig. Seltsamerweise erfährt von Clausewitz seit einigen Jahren eine Renaissance in der deutschen Publizistik. Einer Renaissance der Friedensforschung ginge es wahrscheinlich sehr viel besser, wenn ein neues Nachdenken über den Zusammenhang von Krieg und Medien nicht bei einem preußischen General, sondern bei einem ostpreußischen Philosophen beginnen würde.

I. Einzelne Kriege und Krisen

Einleitung

Es gibt eine Chronologie von Kriegen und es gibt die dazugehörige Chronologie von Medienverzerrungen und in den Medien verbreiteten Unwahrheiten. Dieser Strang lässt sich kontinuierlich und immer wieder nachzeichnen, vom Afghanistankrieg zu den Balkankriegen, vom Irakkrieg über die sozialen Unruhen in Tibet bis zum Einmarsch georgischer Truppen auf russisches Territorium oder die gegenwärtigen kriegerischen Auseinandersetzungen im südlichen Sudan.

Und es gibt außerdem eine immer wiederkehrende Systematik der Kriegsberichterstattung, die sich exemplarisch für Deutschland gut zeigen lässt. In den ersten Kriegstagen gibt es eine große Kriegsbegeisterung und die *Bild-Zeitung* erscheint dann mit Überschriften auf ihrer Titelseite mit Buchstaben, die 10 cm groß sind. Dieser Hurra-Patriotismus besonders in der Boulevardpresse (vgl. Tabelle 2.2, S. 47) gleicht einem Tunnelblick, der neben sich nichts anderes mehr sehen kann und will. Nach dieser Anfangsphase kommen in einer nächsten Phase als Interviewpartner gern Generäle a. D. zu Wort, bevor in der Schlussphase auch der eine oder andere Friedensforscher als *token negroe* auftreten darf. Dann ist der Krieg zu Ende. Ein bis zwei Jahre später kommt ein neuer Krieg und die alten Muster der Kriegsberichterstattung wiederholen sich ohne nennenswerte Lernprozesse. Und nie sind die Medien in der Lage und willens, wenigstens im Nachhinein, ihre Lügen, Verzerrungen und Fehleinschätzungen bei der Berichterstattung des vorigen Krieges aufzuarbeiten und zu kritisieren.

Nicht nur die Phasen dieser Berichterstattung ähneln sich von Mal zu Mal, es ähnelt sich auch von Krieg zu Krieg die Tatsache, dass es bei den großen Linien, wie denn nun ein bestimmter Krieg zu beschreiben, zu sehen und zu beurteilen ist, keinen nennenswerten Unterschied gibt. Was das Wissenschaftszentrum Berlin bereits 2000 bei seiner Analyse über die Kriegsberichterstattung des Kosovokriegs festgestellt hat (vgl. Eilders 2000), gilt auch heute noch: Weder gab es damals bei den Berichten über den Krieg wesentliche Unterschiede zwischen

Frankfurter Allgemeiner Zeitung (FAZ), Die Welt, Frankfurter Rundschau (FR) und *tageszeitung (taz),* noch traf das bei den folgenden Kriegen zu. Dem Tunnelblick in der Anfangsphase folgt also als nächstes »Gesetz« eine Homogenisierung des Blicks aller wichtigen großen deutschen Tageszeitungen – tödlich für sämtliche Konzepte von Pluralismus in einer Demokratie, und zwar nicht bei einem x-beliebigen Thema, sondern beim Thema aller Themen, nämlich beim Krieg.

Nichts an alledem ist neu, nicht einmal die öffentliche Empörung darüber.

Und dennoch gibt es eine Art wissenschaftliche Chronistenpflicht, diese sozialen Prozesse in aller Feinheit festzuhalten. Festzuhalten ist dabei auch sowohl der systematische Einsatz von medialer Öffentlichkeitsarbeit durch Regierungen und das Militär als auch das systematische Versagen von Massenmedien in demokratisch verfassten Gesellschaften. Gerade in Kriegszeiten versagen Medien als vierte Gewalt auf voller Linie.

Der Medienkrieg um Afghanistan (2001) 2

2.1 Einleitung

Seit vielen Jahren taucht Afghanistan in vielen Statistiken nurmehr auf den untersten Plätzen auf, ist dieses Land nach einem fast vierzigjährigen Krieg doch so zerstört ist, dass Wirtschaftskraft, Produktion, industrieller und landwirtschaftlicher Output kaum noch messbar sind. Doch auch wenn nur weniger als ein Prozent der Bevölkerung ein Radio besitzt, der Papierverbrauch pro Kopf der Bevölkerung genauso wenig gemessen werden kann wie die Zahl der Telefon-, Fax- oder PC-Anschlüsse … auch wenn also alle diese quantitativen westlichen Zählkriterien nach Medien- und Informationsdichte nicht mehr funktionieren, heißt das noch lange nicht, dass es im traditionalen Afghanistan keine funktionierende soziale Kommunikation gab.

Soziale Kommunikation ist eine anthropologische Konstante, und bei Abwesenheit von westlicher Medientechnik äußert sie sich in vielen Formen mündlich, informell und direkt. Dass auch diese Formen von Kommunikationsübertragung durchaus zielgruppenorientiert, schnell, genau, zuverlässig und sicher funktionieren können, haben genügend Forschungsarbeiten von Historikern, Ethnologen, Länder- und Volkskundlern zeigen können. Mit Recht weiß daher ein altes zypriotisches Sprichwort: »Zwei Dinge verbreiten sich rasch: Klatsch und Waldbrand.« Sind also westliche Medientechnologien nicht, noch nicht oder nicht mehr bekannt, dann äußern sich die Kommunikationsbedürfnisse der Menschen in einer anderen Art und Weise. Und in Afghanistan hatten und haben die Menschen die anhaltende Brutalität des Krieges, dessen unvorstellbare Gräuel und Schrecken, Folterungen, Beleidigungen, Entehrungen und Entbehrungen auf handgeknüpften Bildteppichen dokumentiert, festgehalten und verarbeitet (vgl. Abbildung 2.1). Afghanistan verfügt traditionell über ein reiches, auch volkswirtschaftlich bedeutendes Textilhandwerk. Textilien ersetzen in diesem Land die an-

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_2,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

dernorts bekannten Möbel, sind der Wohnraum (Zelte und Jurten) und gestalten ihn, unterschiedlichste Gewebe werden als Wandbehang, Gebetstuch, als Tasche usw. verwendet.

Krieg und Frieden im Spiegel afghanischer Bildteppiche: So heißt ein kleines Büchlein, das 2000 in der Schweiz erschien und die entsprechende Teppichsammlung von Hans Werner Mohm beschreibt (vgl. Frembgen und Mohm 2000). Die Hauptmotive dieser Teppiche bilden Panzer, Helikopter, Jagdbomber, Raketen, Kanonen und Maschinengewehre und die Kalaschnikow als herausgehobenes Symbol des Freiheits- und Widerstandskampfes. Daneben gibt es Funk- und Radarantennen. In vielen Fällen wird das schwere Angriffsgerät der sowjetischen Armee den leichten Feuerwaffen der Afghanen gegenübergestellt, sowjetische Luftstreitkräfte stehen in Opposition zu eigenen Bodentruppen. Als Füllmuster und Ornamente sind auf den Teppichen Minen, Handgranaten und Kriegsfahrzeuge abgebildet.

Diese afghanischen Kriegsteppiche mischen religiöse mit martialischen Inhalten (und gleichen genau darin den deutschen populären Bilderbögen aus Epinal/Elsass und Neuruppin/Mecklenburg aus dem 19. Jahrhundert). In einer ungewohnten Ästhetik mit Repetition, Dekor und Arabeske wirkt das Nebeneinander von Kriegs- und Friedensmustern auf einen europäischen Betrachter ganz sicherlich mehr als etwa das Motiv einer schreienden Mutter, die ihre Hand einer Bombe entgegenstreckt (so das berühmte Plakat *Nie wieder Krieg* von Käthe Kollwitz von 1924).

Nach Jürgen W. Frembgen erfüllen diese Teppiche für viele Afghanen die folgende sozialen Funktionen: 1. Sie verherrlichen den Krieg nicht, aber sie erzählen ihn, sie halten ihn fest, sie entreißen ihn dem Verdrängen und Vergessen. 2. Gerade die Kalaschnikow-Teppiche stehen symbolhaft für Freiheit, Identität und den gewaltsamen Dschihad. Sie verkörpern Unabhängigkeitswillen, Heldenmut, Männlichkeit, Mut, Tapferkeit. 3. Wenn auf solchen Teppichen Familien mit ihren Kindern, Tieren und Hausrat fliehen und Tote am Wegesrand liegen und sogar nächtliche Fliegerangriffe thematisiert werden, dann setzen diese Bildmotive auf eine kathartische Wirkung, auf die erhoffte Bannung von Traumata. 4. Lebensbäume, Wasser- und Teegefäße und vor allem die Moschee erscheinen als Ausdruck der Hoffnung auf Friedenszeiten, als Zitate einer jenseitigen paradiesischen Welt.

Bilderteppiche wie die aus Afghanistan, aber auch Puppenspiele in Indien oder das Wayang-Spiel auf Bali sind Ausdruck traditionaler Kommunikation, und es ist ein durch und durch systemisch-blinder Fleck westlicher Politiker, Sozialwissenschaftler und hightechorientierter Militärs und Geheimdienstler, die soziale Relevanz solcher informeller Medien und ihrer Kommunikation in außereuropä-

Abbildung 2.1 Kriegsmotive auf einem afghanischen Bildteppich aus der Schweizer Sammlung H.W. Mohm



Quelle: Frembgen und Mohm 2000, S. 63

ischen Ländern nicht wahrzunehmen. So wiederholte sich in Afghanistan das systemische Versagen der gleichen Kreise, die vor dem Sturz des iranischen Schahs durch Ayatollah Khomeini nicht in der Lage waren, die soziale Bedeutung des Kommunikationsnetzes von 90 000 Minbars und der Kanzeln in den Moscheen für die iranische Revolution von 1979 zu erkennen.[1] Edward W. Saids These vom Orientalismus perpetuiert sich bei der Wahrnehmung Afghanistans ins Quasi-Ahistorische, ins Unendliche (vgl. Said 1981). Orientalistische Projektionsflächen von wilden Kriegern und Schluchten, von bärtigen Männern und unbesiegbaren Stämmen haben sich nur unwesentlich von Karl Mays Erzählungen *Durchs Wilde Kurdistan* (1881/82) und *Von Bagdad nach Stambul* (1892) entfernt.

Man hätte die afghanischen Kriegsteppiche in Europa und den USA als Ausdruck einer geschundenen und gequälten Bevölkerung verstehen können. Und um in der Bildsprache von Andreas Gryphius' Gedicht *Tränen des Vaterlandes* aus dem europäischen Dreißigjährigen Krieg von 1636 zu bleiben, hätte man für das Afghanistan der letzten Dekaden Folgendes wahrnehmen können: »das vom Blut fette Schwert«, »Türme in Glut«, »geschändete Jungfraun«, »Feuer, Pest und Tod«, »allzeit frisches Blut«, »von Leichen fast verstopfte Flut der Ströme« und: »Doch schweig ich noch von dem, was ärger als der Tod, was grimmer denn die Pest und Glut und Hungersnot: Dass auch der Seelenschatz so vielen abgezwungen.« Anders und für die Gegenwart formuliert: Man hätte die Afghanen als in ihrer eigenen Würde zutiefst verletzte und als zerstörte Menschen kennenlernen und wahrnehmen können.

Drastisch beschrieb der brasilianische Fotograf Sebastiao Salgado seine Erfahrungen in Afghanistan nach seinem letzten Besuch 1996 – er fand hier eine Situation ohne Sinn, ohne Bedeutung, Menschen ohne Perspektive, ohne Identität, Würde und Selbstachtung:

> »Afghanistan war vollständig destabilisiert, als die Taliban die Macht übernahmen. […] Die ganze Bevölkerung war auf der Flucht. Niemand lebte mehr dort, wo er geboren wurde. Die meisten Taliban, die sich so radikalisiert haben, sind Kriegswaisen und in Lagern aufgewachsen. […] Die Menschen in den Lagern haben keine Perspektive. Und das schafft eine ungeheure Destabilisierung. Wir haben das hier im Norden nicht aufmerksam genug wahrgenommen. Es war alles weit weg. Aber jetzt ist das Thema zu uns gekommen, und wir müssen reagieren. Aber wir müssen anders darauf reagieren als durch Krieg. Die Frustration ist enorm. Die meisten Menschen, die in Flüchtlingslagern leben […] waren Bauern. Die Leute wurden von ihren Feldern und zugleich aus ihrer Lebensweise vertrieben und, wenn auch auf niedrigstem Niveau, urbanisiert. Sie leben in einer seltsamen Stadt, ohne richtige Häuser, mit Nachbarn, die vielleicht eine andere Sprache, einen anderen Dialekt sprechen. Es gibt Schutz, aber der Schutz ist löchrig. Die Lager werden angegriffen, viele Menschen sterben. Und von den Lagern

> ziehen die Menschen in die Städte weiter, sehr selten gehen sie zurück aufs Land. Ich frage mich, ob durch diese Entwicklungen nicht gerade jetzt eine große Deformation auf der Welt vor sich geht.« (Salgado 2001)

Salgado, in Deutschland durch seine Ausstellung *Fotografien von Flucht und Heimat* im Deutschen Historischen Museum Ende 2001 bekannt geworden, hat recht, wenn er sagt, Afghanistan war so weit weg, wir haben das nicht wahrgenommen. Denn aus vielen wissenschaftlichen Studien ist inzwischen gut bekannt, dass Entwicklungsländer in unseren Massenmedien so gut wie überhaupt nicht thematisiert werden. Afghanistan war und ist eben nie *agenda setting* gewesen. Und auch in den Kriegsberichten über Afghanistan ging es selten um Land, Leute, Geschichte und Kultur dieses Landes, sondern primär um US-amerikanische Außenpolitik, um die NATO und um die Hegemoniestrategien verschiedener Länder. Der Politikwissenschaftler Heribert Schatz geht sogar von einem »neuen Provinzialismus« der Medien in Deutschland aus; er konstatiert für die letzten Dekaden ein zunehmendes Desinteresse an internationalen Themen in deutschen TV-Programmen (vgl. Schatz 1989, S. 5–24). Wurde Afghanistan dennoch am Rande irgendwo erwähnt, dann reduzierte sich eine moralisch empörte selektive Wahrnehmung auf lediglich zwei Phänomene, nämlich die unterdrückte, tief zwangsverschleierte Frau in ihrer Burka und den radikal-islamischen Fundamentalismus bärtiger Taliban-Krieger. Diese Selektion und dieser Reduktionismus sind Bestandteil antiislamischer Feindbilder in den US-amerikanischen und europäischen Medien, auf die noch detaillierter einzugehen sein wird.

Nach dem grundlegenden Aufsatz von John Arquilla und David Ronfeldt von der RAND Corporation (vgl. Arquilla und Ronfeldt 1998, S. 24–56) von Anfang der neunziger Jahre des letzten Jahrhunderts und nach nun rund zwanzig Jahren intensiver Debatte darüber, was denn nun der Cyber- und/oder der Informationskrieg sei, lässt sich nun in der Abfolge der Kriege am Golf, im Kosovo, in Mazedonien und Afghanistan ganz einfach und simpel festhalten, dass gerade der Afghanistankrieg durch und durch zu einem Informationskrieg wurde. So betonte der US-amerikanische Präsident George W. Bush in einer seiner Reden, Wissen sei »Macht im Krieg gegen Terrorismus«. Am 1. Oktober 2001 hieß es dazu im *Quadrennial Defense Review* des Pentagon: »Die Fähigkeit, Informationsoperationen durchzuführen, ist eine Kernkompetenz für das Verteidigungsministerium geworden.« Schon zuvor hatte der Generalstabsvorsitzende der US-Streitkräfte geschrieben: »Informationsoperationen beinhalten die Beeinflussung gegnerischer Informationen und Informationssysteme, während die eigenen Informationen und Informationssysteme verteidigt werden.«[2] Noch deutlicher wurde ein hoher US-amerikanischer Militärvertreter zu Anfang des Afghanistankrieges in der *Washington Post:* »Wir werden über bestimmte Dinge lügen. Wenn dies ein Infor-

mationskrieg ist, dann werden die bösen Jungs mit Sicherheit lügen« (Ehling und Schön 2001, S. 23).

Personalpolitisch manifestierte sich der Informationskrieg der USA in der Berufung von Charlotte Beers zur Unterstaatssekretärin für Public Diplomacy im Oktober 2001. Als frühere Direktorin mehrerer Werbeagenturen versteht Beers ihre Aufgabe als besonders herausragend in zweierlei Hinsicht. Zum einen definierte sie ihre Arbeit als eine Version des 21. Jahrhunderts dessen, was die USA an muskelstrotzender Propagandaarbeit im Zweiten Weltkrieg geleistet hatten. Zum anderen blieb sie ihrer alten Werbebranche treu, wenn ihr vorschwebte, die USA zu einem weltweiten Markenartikel der Freiheit zu machen, vergleichbar einem Markenartikel wie McDonald's oder Ivory Soap (vgl. Powers 2001).

Im Afghanistankrieg waren und sind Propaganda, gezielte Desinformation, Lügen, Verfälschungen, Vertuschungen, Manipulationen, Informationszurückhaltungen, Zensur, Pressionen gegen kritische Journalisten und unliebsame Medieneigner, staatliches Abhören der Telekommunikation, vorab vom Pentagon produzierte Videofilme mit Kampfjets usw. endgültig zum Normalfall geworden. Und der Umfang dieser Aktionen war durchaus teuer und bedeutend: Allein zwischen Ende September und Ende Oktober 2001 starteten die USA drei neue militärische Spionagesatelliten, und allein in der ersten Kriegswoche gaben alle US-Medien zusammengenommen den zusätzlichen Betrag von 25 Millionen US-Dollar für Kriegsberichterstattung aus. Vor einem solchen Hintergrund von strukturbedingter Zensur, von Manipulation und Lügen waren in den USA das ansonsten fast sakrosankte *First Amendment* (Freedom of Expression) und in Deutschland der Art. 5 GG (Meinungs- und Pressefreiheit) faktisch außer Kraft gesetzt. Kaum noch hinterfragt, rangierte bei vielen westlichen Politikern das (in sich legitime) Bedürfnis nach nationaler Sicherheit weit vor der Wahrung der Menschenrechte, denn darum geht es bei der Meinungsfreiheit.

Für den über solche Zusammenhänge nachdenkenden Wissenschaftler erwächst aus der Zensur ein methodisches Problem. Wie kann er gerade die manipulierten Informationen durchschauen, die doch die allgemeine Öffentlichkeit manipulieren sollen? Er kann dies nur begrenzt. Der Wissenschaftler kann seinen hermeneutischen Zirkel nur durch Tricks aufbrechen – er kann auf immanente Widersprüche und Unstimmigkeiten der Manipulateure verweisen, er kann mit historischen und anderen Analogien arbeiten, er kann vielfältige und alternative Informationsangebote verarbeiten, er kann auch die Medien und Meinungen der Kriegsgegner rezipieren und er verfügt als Wissenschaftler eventuell über ein besser geschultes Sensorium für die infrage kommenden Zusammenhänge als der sogenannte Mann auf der Straße – aber er bleibt mangels Transparenz letztendlich doch Teil des allgemeinen Verblendungszusammenhangs.

Das komplexe Wechselspiel zwischen Krieg und Kommunikation soll im Fol-

genden für den Informationskrieg rund um Afghanistan anhand von zehn Dimensionen beschrieben und analysiert werden.

2.2 Feindbilder und Dichotomien

Ganz ohne Frage ruhte die mediale, mentale und öffentliche Verarbeitung der terroristischen Anschläge auf das World Trade Center und das Pentagon vom 11. September 2001 und der sich anschließende Afghanistankrieg auf einem historisch gewachsenen Sockel antiislamischer Feindbilder. Sie bilden quasi eine Folie, vor der die mediale Verarbeitung des Afghanistankrieges einzelne Bruchstücke eines sowieso schon festgefügten Bildes über den Islam aktualisierte: »Sprache definiert und verdammt den Feind nicht nur, sie *erzeugt* ihn auch; und dieses Erzeugnis stellt nicht den Feind dar, wie er wirklich ist, sondern vielmehr, wie er sein muss, um seine Funktion für das Establishment zu erfüllen«, hat Herbert Marcuse einmal die Rolle und Funktion von Feindbildern definiert (Marcuse 1969, S. 110 f.). Im Golfkrieg 1990/1991 wurden antiislamische Feindbilder aktualisiert, wie damalige Presseanalysen zeigen (vgl. Tabelle 2.1) und wie es besonders prägnant Christina Ohde in ihrer 1994 erschienenen Monografie mit dem Titel *Der Irre von Bagdad* herausgearbeitet hat. In diesem Kapitel wird dies durch Umschlagbilder verschiedener Magazine verdeutlicht, besonders solche von *Spiegel* und *Stern*.

Was die empirische Sozialwissenschaft in ihrer Methodenbeschreibung von qualitativer Inhaltsanalyse die Dimension des unfreiwillig offenbarten Inhalts nennt, zeigt sich in den beiden sogenannten Versprechern des US-amerikanischen Präsidenten und des italienischen Premiers Berlusconi. Sprach der eine vom »Kreuzzug gegen den Terrorismus« und verstieg sich der andere zu der Behauptung, dass die westliche der islamischen Kultur überlegen sei, dann konnten solche Statements zwar nachträglich von PR-Beratern entschuldigend korrigiert werden, doch offenbaren diese Spontansätze eben genau wegen ihrer Spontaneität die eigentlichen, die öffentlich nicht sanktionierten Gedanken ihrer Sprecher.

Rund ein Jahr nach dem US-amerikanischen Afghanistankrieg wiederholte der russische Präsident Wladimir Putin die gleiche antiislamische freudsche Fehlleistung. Wieder war es ein (westlicher[3]) Staatsführer, der sich unfreiwillig entlarvte und dessen Islambild von abgrundtiefem Hass geprägt zu sein scheint. Nach der Geiselnahme durch eine bewaffnete tschetschenischen Gruppe in einem Moskauer Muscial-Theater antwortete Präsident Putin auf die Frage eines französischen Journalisten »Führen Sie nicht unter dem Deckmantel des Kriegs gegen den Terrorismus einen Krieg gegen das tschetschenische Volk?« auf einer Pressekonferenz in Brüssel am 11. November 2002: »Wenn Sie ein Radikaler werden wollen, willkommen in Moskau. Wir haben Gruppen, die Ihnen eine Beschneidung ma-

Tabelle 2.1 Freund-Feind-Bilder in der englischen Presse während des Golfkrieges 1990/1991

Freund	Feind
Wir haben die Armee, die Luftwaffe, die Marine/Instruktionen für die Berichterstattung/Communiqués.	Sie haben eine Kriegsmaschinerie/Zensur/Propaganda.
Wir holen heraus/unterdrücken/eliminieren/neutralisieren/graben uns ein.	Sie zerstören/töten/verkriechen sich in ihren Löchern.
Wir starten den ersten Angriff/als Präventivmaßnahme.	Sie starten Raketenangriffe aus dem Hinterhalt/ohne Vorwarnung.
Unsere Männer sind Jungs/Kerle.	Ihre Männer sind Truppen/Horden.
Unsere Jungs sind Profis/sie kämpfen mit Löwenmut/sind vorsichtig/zuversichtlich/Helden/teuflisch gut/junge Helden der Lüfte/loyal/Wüstenratten/resolut/tapfer.	Ihre Truppen sind Opfer der Gehirnwäsche/Papiertiger/Feiglinge/verzweifelt/in die Enge getrieben/Kanonenfutter/Bastarde von Bagdad/blind gehorsam/tollwütige Hunde/skrupellos grausam.
Unsere Jungs sind durch ihr lange gewachsenes Pflichtbewusstsein motiviert.	Ihre Soldaten sind durch die Furcht vor Saddam motiviert.
Unsere Geschosse verursachen Verluste auf beiden Seiten.	Ihre Geschosse verursachen Verluste bei der Zivilbevölkerung.
Wir feuern präzise.	Sie feuern auf alles, was sie am Himmel sichten.
George Bush ist im Einklang mit sich selbst/entschlossen/staatsmännisch/zuversichtlich.	Saddam Hussein ist verrückt/verstockt/ein übler Tyrann/ein total verrücktes Ungeheuer.

Quelle: Becker 1991, S. 528

chen können. Ich werde diese Gruppe bitten, dass sie diese Beschneidung so machen, dass Sie nichts mehr haben.« Freilich hatten die offiziellen russischen Übersetzer bereits während Putins Antwort die Peinlichkeit dieser Aussage bemerkt und simultan »geschönt« übersetzt: »Willkommen in Moskau. Wir sind ein multireligiöses und multinationales Land, wo alles erlaubt ist und toleriert wird« (zit. nach N. N. 2002b).

Während Islamwissenschaftler weltweit vor solchen Zerrbildern des Islam in westlichen Medien warnen, fast verzweifelt darauf hinweisen, wie unsinnig das Bild von der arabischen Irrationalität, der islamischen Rückständigkeit oder eines typisch islamischen Fundamentalismus sei (und außerdem darauf aufmerksam machen, dass der Begriff des Fundamentalismus für eine Analyse des Islam sowieso nicht tauge)[4] – stellvertretend für viele sei hier nur auf zwei Arbeiten von Edward W. Said und Gernot Rotter verwiesen (Said 1981; Rotter 1992, S. 70–80) –,

sind es inzwischen längst auch Gewalt- und Friedensforscher sowie Sozialwissenschaftler, die an der Konstruktion solcher antiislamischer Feindbilder mitwirken. In der kritischen Aufarbeitung der Huntington-Debatte geschieht das zum einen dadurch, dass gerade Politologen dazu übergegangen sind, die beiden Dimensionen Kultur und Religion als irrelevante Größen von Konfliktaustragung zu definieren; diese Dimensionen seien nichts anderes als ideologische Überhöhungen sozialer Machtdifferenzen. Ein solcher Ansatz stattet jeden Muslim mit einer religiösen Non-Identität aus. Zum anderen zeigen sich antiislamische Feindbilder bei Sozialwissenschaftlern, die ihre Methoden und Konzepte zur Analyse der deutschen Gesellschaft (quasi a-kulturell und instrumentell-neutral) im Maßstab 1:1 auf die Analyse außereuropäischer Gesellschaften übertragen.

In einer fulminanten Methodenkritik kann so Lena Inowlocki dem Bielefelder Sozialwissenschaftler Wilhelm Heitmeyer und seinem 1997 veröffentlichten Buch *Verlockender Fundamentalismus. Türkische Jugendliche in Deutschland* Erhebungsfundamentalismus nachweisen und damit zusammenhängend die Problemkonstruktion des *türkischen Jugendlichen* (Inowlocki 1998, S. 51–69).[5]

In der deutschen Medienlandschaft waren und sind es insbesondere Illustrierte und Magazine wie *Stern, Focus* und *Der Spiegel* (vgl. Abbildungen 2.2, 2.3 und 2.4), die mit ihren reißerischen Titeln und Aufmachern vor der *Weltmacht des Islam* oder dem *Geheimnis Islam* warnen. Diese Printmedien wirken durch ihren Mix aus Bildsprache und Symbolen, mit bedrohlich wirkenden Menschenmassen, wütenden Männern, verschleierten Frauen. Am 8. Oktober 2001 titelte *Der Spiegel: Der religiöse Wahn. Die Rückkehr des Mittelalters* (vgl. Abbildung 2.1). Zwischen dem brennenden World Trade Center, vermummten Kriegern mit Maschinengewehren und einem Halbmond zeigt sich das Gesicht von Osama Bin Laden. Dem folgte der *Stern* am 25. Oktober 2001 mit einem Titelbild (vgl. Abbildung 2.3), auf dem über kriegerischen Reiterhorden der kleine Augenschlitz einer tief verschleierten Frau zu sehen ist. Dazu heißt es auf dem Titelblatt: *Neue Serie: Die Wurzeln des Hasses. Mohammeds zornige Erben. 1 400 Jahre zwischen Stolz und Demütigung.*

Insbesondere *Der Spiegel* kann schon seit Längerem nicht mehr als Flaggschiff eines sich als kritisch definierenden Journalismus gelten; vielmehr wurde er zum intellektuellen Sprachrohr für Ausländer- und Islamfeindlichkeit (vgl. Niehr 1996, S. 84–92). So zeigte beispielsweise das Titelbild des *Spiegel* Nr. 16/1997 (vgl. Abbildung 2.4) hinter der Überschrift *Ausländer und Deutsche: Gefährlich fremd. Das Scheitern der multikulturellen Gesellschaft* eine in grellen Tönen laut rufende junge Frau mit türkischer Fahne. Vor jungen Schülerinnen einer Koranschule und einer Gruppe düster dreinblickender Jungen mit Schlagwaffen wird die Fahne schwenkende Türkin zum Sinnbild nationalistischer Verhetzung. Diese Methode hat beim *Spiegel* inzwischen System.

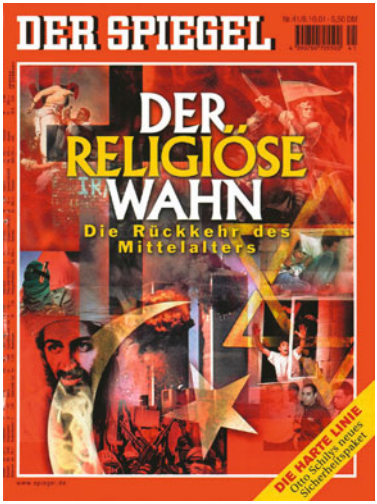


Abbildung 2.2 Titelblatt des politischen Wochenmagazins *Der Spiegel* vom 8. Oktober 2001. Hauptüberschrift: »Der religiöse Wahn. Die Rückkehr des Mittelalters«



Abbildung 2.3 Titelblatt der Publikumszeitschrift *Stern* vom 25. Oktober 2001. Hauptüberschriften: »Neue Serie: Die Wurzeln des Hasses. Mohammeds zornige Erben. 1400 Jahre zwischen Stolz und Demütigung«



Abbildung 2.4 Titelblatt des *Spiegel* vom 14. April 1997. Schlagzeile: »Ausländer und Deutsche: Gefährlich fremd. Das Scheitern der multikulturellen Gesellschaft«

Bereits Anfang der neunziger Jahre machte die Psychologin Ute Gerhard auf diese Bildpraktiken des *Spiegel* aufmerksam, insbesondere auf die ausländerfeindliche Titelseite des *Spiegel* vom 6. April 1992. Mit großen Lettern und roten Balken ist der Titel *Asyl – Die Politiker versagen* auf ein Foto montiert, das eine Masse von Leuten zeigt, die ein von zwei Polizisten bewachtes Tor stürmen. Die Botschaften sind klar: *Ansturm, überrannt werden* und *Das Boot ist voll* (Gerhard 1992, S. 27–32). Ein Vergleich verschiedener Titelseiten zum Thema Islam von auflagenstarken Zeitschriften mit denen von marginaler Bedeutung zeigt, dass die Wahrnehmungen homogen sind. Auch auflagenschwache Zeitschriften wie *Spektrum* (vgl. Abbildung 2.5) oder *Information für die Truppe (IFDT),* die *Zeitschrift für Innere Führung* der Deutschen Bundeswehr (vgl. Abbildung 2.6), benutzen die gleichen Klischees und Angstprojektionen wie die Auflagenriesen.

Auf antiislamische Medienaktivitäten in den USA machte die englische Zeitung *The Guardian* mit dem Hinweis auf folgendes Beispiel von 1999 aufmerksam. Als damals US-amerikanische Zeitungen über den Absturz des Fluges 990 der EgyptAir über dem Atlantik berichteten, war deren Meinung, dass hier ein fanatischer Muslimpilot Selbstmord verübt habe, auch dann nicht zu erschüttern, als die ägyptische Presse Fotos des Piloten mit seiner Tochter vor christlichem Weihnachtsschmuck veröffentlichte (vgl. Soueif 2001).

Medienfeindbilder und schlechte Images können durchaus reale Folgen haben. Bereits weit vor dem 11. September 2001 ermittelte das Meinungsforschungsinstitut EMNID, dass Muslime in Deutschland im Vergleich zu den Angehörigen anderer Religionen auf die stärksten Vorbehalte treffen. Während Juden von elf Prozent aller Befragten strikt abgelehnt wurden, waren es bei der Frage nach den Muslimen sogar zwanzig Prozent (vgl. Pötzl 1998). Für den Zeitraum zwischen dem 11. September und dem 19. Oktober 2001 konnte die Europäische Zentralstelle zur Beobachtung von Rassismus und Fremdenfeindlichkeit (EUMC) in Wien in allen Ländern der EU einen starken Anstieg rassistischer Gewalt und eine deutliche Zunahme von Islamfeindlichkeit feststellen. Und in den USA soll nach dem 11. September 2001 sogar mehr als die Hälfte der befragten Bevölkerung der Meinung zugestimmt haben, dass die Feinde der USA »nicht besser als Tiere« seien (Rupp 2001).

Während Wilhelm Heitmeyer in einem Zeitungsinterview am 24. Oktober 2001 in Unkenntnis solcher empirischen Befunde einfach dekretiert, nicht etwa argumentiert: »Zumindest bis vor dem 11. September gab es keine generelle Islamfeindlichkeit und wahrscheinlich auch jetzt nicht«[6] (Heitmeyer 2001, S. 4), sehen das die Betroffenen, die in Deutschland lebenden Muslime, völlig anders: »Bei den Muslimen geht die Furcht um die eigene Existenz um. Nach dem zu erwartenden Abflauen der Mord- und Bomberdrohungen und der Hetze gegen den Islam und die Muslime befürchten die meisten von uns, das sich das gesellschaftliche



Abbildung 2.5 Titelblatt der Zeitschrift Spektrum des protestantischen Pressedienstes idea vom 7. November 2001. Hauptüberschrift: »Kein Militär mehr gegen den Terror?«

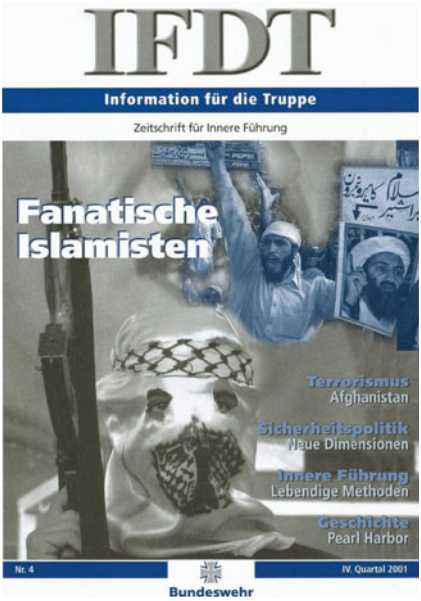


Abbildung 2.6 Titelblatt der Zeitschrift *Information für die Truppe (IFDT)* der Deutschen Bundeswehr vom vierten Quartal des Jahres 2001. Hauptüberschrift: »Fanatische Islamisten«

Klima in unserem Lande drastisch zu ihren Ungunsten verändern wird« (Flugblatt des Dachverbands der Türkischen und Islamischen Vereine Solingen und Umgebung e. V. von Mitte September 2001).

Positiv gegenüber dem *Spiegel* hob sich die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* in ihrer Berichterstattung über den Islam nach dem 11. September 2001 ab. So brachte z. B. die *FAZ* gegen den Homogenisierungszwang vieler Massenmedien in ihrer Ausgabe vom 22. Oktober 2001 eine Reihe von Berichten, die allesamt eine differenzierte Auseinandersetzung mit dem Islam spüren ließen: *Auf der Suche nach gemäßigten Taliban,* zur Missbilligung der US-amerikanischen Militärschläge durch die APEC-Länder, eine ausgesprochen positive Würdigung der muslimischen Moscheen in Hamburg, eine zustimmende Analyse zu den Friedensplänen der Pakistan Muslim League, einen Beitrag zu religiöser Toleranz in Marokko und einen langen Artikel über die religiös-politische Gratwanderung des Iran zwischen den USA und der islamischen Welt. Oder: Im Wochenendfeuilleton der *FAZ* vom 10. November 2001 gab es einen ganzseitigen Artikel über Ignaz Goldziher, den deutschen Begründer einer Islamwissenschaft, und eine ausführliche Rezension eines neuen türkischen Romans.

Wie erklären sich diese Unterschiede im Islambild von *Spiegel* und *FAZ?* Hinter dem *Spiegel*- und *Stern*-Leser ist ein moderner Liberaler zu vermuten – hedonistisch, libertär, metropolitan –, dem es um universalistische Rechtsstaatlichkeit geht, eher ein republikanisch orientierter Bürger denn ein Deutscher, einer, der Religion sowieso für ein Opiat hält, ein Leser, dem es eher um Gleichheit als um Differenz geht, ein Rezipient schließlich, der bei dem Stichwort Multikulti im wesentlichen an Tourismus, Musik und Essen denkt. Und hinter der *FAZ* ist ein wertkonservativer Leser zu vermuten, der vielleicht vor dem Hintergrund seiner eigenen Selbstvergewisserung in (christlicher) Religion eine tragfähigere Brücke zum Islam hat als der atheistisch-aufgeklärte *Spiegel*-Leser, ein Leser, der als gut verdienender Manager möglicherweise über reichhaltigere Kulturerfahrungen verfügt als andere und der pragmatisch gelernt hat, dass sich Geschäfte durchaus auch mit Menschen andersartiger Kulturen und Ethnien tätigen lassen. »Wer will den Glauben der anderen deuten, wenn ihm der eigene fremd geworden ist?« Dieses Problem interreligiöser Ethik war bereits Albert Schweitzer (2001) im fernen Afrika in den zwanziger Jahren bewusst. Es könnte der Grad der Entfremdung vom christlichen Glauben sein, der den *Spiegel*- vom *FAZ*-Leser unterscheidet und der gleichzeitig die Unterschiedlichkeit der Islambilder in beiden Medien erklärt.[7]

Sowohl beim Umsturz von Schah Reza Pahlawi durch Ayatollah Khomeini (vgl. Neuberger 1982) als auch im Vorfeld der terroristischen Attacken auf New York und Washington (vgl. Hagen 2001, S. 6 und Schmidt-Eenboom 2002, S. 16–19) haben die US-amerikanischen Geheimdienste auf ganzer Linie versagt. Sie haben vor allem deswegen versagt, weil ihnen arabische Kultur und islamische Reli-

gion völlig verschlossen bleiben. Zwar zog die US-amerikanische Regierung nach dem Iran-Debakel 1979 immerhin die Konsequenz, das Fachgebiet Oriental Studies an US-amerikanischen Universitäten erheblich auszubauen und neu zu fördern, jedoch scheint aus diesen Aktivitäten keine qualitativ neuartige und bessere Politik gegenüber den islamischen Staaten erwachsen zu sein. Auch von einer besseren auswärtigen US-amerikanischen Medienpolitik ist nicht sehr viel zu spüren. Lief der an die somalische Bevölkerung gerichtete US-amerikanische Militärrundfunk Maanta bei der Somalia-Intervention 1993 noch größtenteils in englischer Sprache und war an der Programmarbeit kein einziger Somali beteiligt, so war die Regierung von George W. Bush im Afghanistankrieg ganz offensichtlich darum bemüht, auf muslimische Sensibilitäten Rücksicht zu nehmen: Deutlich wurde das durch den demonstrativen Besuch von Präsident Bush in einer US-amerikanischen Moschee, in seiner Rede vor dem US-amerikanischen Kongress vom 21. September 2001, in der er die Güte und Friedfertigkeit der Lehren Allahs pries (vgl. Bush 2001, S. 8), an den in Paschtu oder Dari abgefassten Flugblättern, die mit dem altertümlich klingenden Satz »An das edle Volk von Afghanistan« beginnen (Hofwiler 2001, S. 17) und in dem Arbeitsauftrag an eine Werbeagentur: Beauftragt vom Pentagon, soll die Agentur The Rendon Group (TRG) in den Medien der islamischen Welt den Eindruck beseitigen, dass die US-amerikanischen Militäraktionen grundsätzlich gegen den Islam gerichtet seien. (Die TRG-Gruppe spricht in ihrem Internetauftritt bezeichnenderweise von »information as an element of power«. Außer der US-Regierung gehörten die Regierungen von Haiti, Kuwait und Panama zu den Klienten von TRG; vgl. Ehling 2001, S. 14.) Freilich scheinen solche islamfreundlichen Signale aus den USA in der muslimischen Welt nicht zu fruchten. Wer keinen direkten Zugang zu arabischen und muslimischen Zeitungen hat, der kann im Internet nachlesen, wie völlig anders als in den USA oder Westeuropa Muslime den Afghanistankrieg wahrnehmen: Der Hass auf die USA ist ins Unermessliche gestiegen – Osama Bin Laden ist auf T-Shirts und Postern in Asien und im Nahen Osten zu einer mythischen Heldenfigur und Pop-Ikone à la Che Guevara geworden (vgl. Metzger 2001, S. 9; Hamzawy 2001, S. 8).

Aufbauend auf dem Spiegelbild-Theorem der Feindbildanalysen von David J. Singer aus den frühen sechziger Jahren des letzten Jahrhunderts (vgl. Singer 1964, S. 424–485), weiß die Friedensforschung seit Langem, dass *Freund* und *Feind* spiegelbildlich bewertet, dass sie einem *guten* und einem *schlechten* Lager zugeordnet werden. Der Schweizer Politikwissenschaftler Daniel Frei resümiert: »Gegenseitige Anklagen gleichen einander weitgehend: Jede Seite wirft der anderen vor, sie strebe nach Weltherrschaft, sie sei von einem unersättlichen Expansionsdrang getrieben, sie verdiene kein Vertrauen, sie nütze Machtmittel politisch aus, plane einen atomaren Angriff und verzeichne und verleumde den jeweiligen Gegner« (Frei 1985, S. 107 f.). Die politische Rhetorik des ehemaligen US-Präsidenten

George W. Bushs war (und ist) exakt solchen dichotomischen Denkschablonen verhaftet. »Dies ist der Kampf der Zivilisation« und »die zivilisierte Welt schart sich um Amerika«, hieß es in seiner Rede vor dem Kongress (Bush 2001, S. 8), und einem »Krieg gegen das Böse auf der Welt« stellte der US-Senat 40 Milliarden US-Dollar zur Verfügung. Bundeskanzler Gerhard Schröder sekundierte Bush mit dem Ausdruck, dass der New Yorker Terroranschlag eine »Kriegserklärung an die zivilisierte Völkergemeinschaft« (Schröder 2001, S. 11) gewesen sei, und in der *FAZ* sprach Günther Nonnenmacher sogar von einem »Endkampf zwischen Gut und Böse« (Precht 2001). Mit Recht hatte Amartya Sen, der indische Nobelpreisträger für Ökonomie von 1998, kritisiert, dass dieser dichotomischen Sichtweise ein Homogenisierungszwang in der einen oder der anderen Richtung zugrunde liegt, der den zahlreichen inneren Differenzen auf beiden Seiten nicht gerecht werden kann (vgl. Sen 2001, S. 6). Eine solche Trennung in eine zivilisierte und eine unzivilisierte Welt vertieft nicht nur die Gräben, sie steht obendrein in einer mehr als fatalen kolonialistischen Tradition des Nordens gegenüber dem Süden (vgl. Bitterli 1976). Und so, als ob Osama Bin Laden die Arbeiten von David J. Singer und Daniel Frei gelesen hätte, verfestigte auch er dichotomisches Denken. In einem seiner Videos über den TV-Sender *Al Jazeera* erklärte er: »Die Welt ist eingeteilt in die Menschen, die sich gefreut haben über die Angriffe auf den ungerechten Giganten Amerika, und einen anderen Teil, der diese Angriffe verurteilt hat« (Clasmann 2001, S. 2).

Die indische Schriftstellerin Arundhati Roy brachte die gut gesicherten Erkenntnisse der Friedensforschung auf den Punkt, als sie in der *FAZ* ausführte: »Wenn es Osama Bin Laden nicht gäbe, müssten ihn die Amerikaner erfinden. […] Er ist der dunkle Doppelgänger des US-amerikanischen Präsidenten« (Roy 2001, S. 49). Auch der iranische Präsident Mohammed Khatami argumentierte ähnlich, als er viele Monate später ausführte, die USA und die Taliban »seien die zwei Klingen einer sehr gefährlichen Schere« (vgl. N. N. 2002a, S. 5). Was man in Entwicklungsländern wie dem Iran und Indien ungestraft sagen kann, war allerdings im öffentlichen Meinungsklima eines Industrielandes wie Deutschland nach dem 11. September 2001 kaum sagbar. Als der TV-Moderator Ulrich Wickert Anfang Oktober 2001 in einer Meinungskolumne der Zeitschrift *Max* Osama Bin Laden mit George W. Bush verglichen und geschrieben hatte »Bush ist kein Mörder und Terrorist. Aber die Denkstrukturen sind die gleichen«, da forderte die konservative Oppositionspartei gleich seine Entlassung aus der *ARD* und Wickert übte flugs Selbstkritik. Freimut Duve (2001, S. 23) nahm diesen Vorfall zum Anlass, sich Sorgen über die Pressefreiheit in Deutschland zu machen.

2.3 Kriegs- und Gewaltrhetorik

Der Sprache der westlichen Massenmedien nach dem terroristischen Anschlag auf das World Trade Center und das Pentagon am 11. September 2001 fehlte jegliche Distanz und Reflexion. Johannes Nitschmann spricht sogar von einem journalistischen Ausnahmezustand: »Die apokalyptischen Reiter sind los. In deutschen Zeitungshäusern und Sendeanstalten haben die barbarischen Terroranschläge auf die USA eine heillose Hybris ausgelöst. An den Schreibtischen hat der Superlativ die Besonnenheit ersetzt. ›Machen wir uns nichts vor, es ist der dritte Weltkrieg‹, dröhnt ›Bild‹. […] Kriegsrhetorik hat Konjunktur. Das Berliner Boulevardblatt ›B. Z.‹ […] liefert ihren Lesern in großer Graphik die objektiv günstigsten Aufmarschpläne für einen amerikanischen Gegenschlag auf Afghanistan« (Nitschmann 2001, S. 6). Problematisch war beispielsweise auch die mehrfache Live-Berichterstattung eines Radioreporters des WDR mitten aus der umkämpften Festung Masar-i Scharif am Vormittag des 25. November 2001, die der Verfasser selbst am Radio ertragen musste: Panzerschüsse, Detonationen, nervöses Gerufe, Telefongeklingel im Hintergrund, und endlich Abbruch der Reportage, um sich selbst aus Lebensgefahr zu retten. Hauptsache live, echt und direkt. Diese Reportage überschritt Schamgrenzen.

Die Kriegs- und Gewaltrhetorik wird besonders bei einer Auflistung der jeweiligen Tagesaufmacher mit Lettern in vier Zentimeter Größe auf den Titelseiten des *Express* aus Köln oder von *Hürriyet* aus Istanbul deutlich (vgl. Tabelle 2.2). *Der Angriff* brüllte die *Bild-Zeitung* in sieben Zentimeter Größe auf ihrem Titelblatt am 8. Oktober 2001, »Tötet bin Laden« forderte der Kölner *Express* in vier Zentimeter Größe seine Leser am 22. Oktober 2001 auf. Und weil ein Aufruf zum Mord normalerweise strafrechtlich verfolgt werden muss, schickte der *Express* seinem Aufruf in kleineren Buchstaben die beiden Zeilen vorweg: »Präsident Bush. Geheimbefehl an die CIA«. Dass das Leben von Freund und Feind in Kriegen unterschiedlich viel wert ist, zeigte nicht nur dieser Mordaufruf in der Boulevardpresse, sondern gleichermaßen auch die normale deutsche Lokalpresse. So schrieb beispielsweise eine dpa-Korrespondentin am 12. Oktober 2001 folgende Sätze: »Die Missionen der an den Luftangriffen beteiligten Langstreckenbomber und Kampfflugzeuge waren relativ risikoarm. […] Jetzt verlagert sich der Einsatz auf Kampfhubschrauber, Spezial-Bodentrupps und leichte Infanterie mit der Gefahr des Verlustes an Menschenleben« (Chwallek 2001, S. 1). Bemerkte diese Journalistin nicht, dass es eine Gefahr des Verlustes an Menschenleben schon in Phase I der Luftangriffe gab (und nach aller Kriegslogik doch bewusst geben sollte) – freilich nur für die *anderen,* nicht die *eigenen?*

Krieg, Katastrophe, Rache, Heiliger Krieg, Kommando, Terror, Mörder, Tod und Blutbad lauteten die wichtigsten Wörter an zwölf hintereinander folgenden

Tabelle 2.2 Aufmacher im Kölner *Express* und in *Hürriyet* vom 12. bis 23. September 2001

Tag	Express	Hürriyet
12. 9.	Krieg gegen Amerika	Wie der dritte Weltkrieg
13. 9.	Kommt jetzt Krieg?	Der nächste Tag
14. 9.	Wir sind bei Euch!	Da sind die Mörder
15. 9.	400 Deutsche vermisst	Ecevit: Dementsprechend werden wir handeln
16. 9.	Katastrophenabzocker	(Diese Ausgabe gibt es nicht.)
17. 9.	Keine Rache!	Gebt Laden* in drei Tagen her, sonst kommt der Krieg
18. 9.	Britney Spears sagt Köln ab	Er flieht mit seinen vier Frauen. Nur noch 48 Stunden
19. 9.	Sie drohen mit dem Heiligen Krieg	Letzter Tag für Laden*
20. 9.	Unser Kommando gegen Terror	Atta in Istanbul
21. 9.	Der Massenmörder	Er ist jetzt wie APO**
22. 9.	Es würde ein Blutbad geben	Eine Woche vorher haben sie Probeflug gemacht
23. 9.	Jetzt holen sie ihn	USA: Die Türkei hat uns gewählt

* gemeint ist Osama Bin Laden
** gemeint ist Abdullah Öcalan

Quelle: eigene Erhebung

Tagen im Kölner *Express* – Dritter Weltkrieg, Angriff, Terroristen, Terroristen, Mörder und Krieg hießen parallel dazu die Schlagzeilen in der türkischen *Hürriyet*.

Im Vergleich der deutschen und der türkischen Boulevardzeitung zeigte sich eine frappante Homogenisierung von Sprache und Perspektive. Aufmacher und Schlagzeilen waren zwischen der Türkei und Deutschland austauschbar. Diese Angleichung von Sprache und Perspektive zeigt, dass Kriegsrhetorik sehr schnell dazu führt, Differenzen und unterschiedliche Positionen zuzuschütten, Widerspruch nicht mehr zuzulassen, und dies sogar Grenzen und Kultur überschreitend. Ist mediale Berichterstattung über internationale Politik aufgrund der ökonomischen Dominanz von nur vier weltweit operierenden Presse- und nur zwei weltweit arbeitenden Bild-Nachrichtenagenturen sowieso eindimensional, flach, widerspruchsarm und homogen-übereinstimmend, so gilt das offensichtlich erst recht für Katastrophen- und Kriegszustände.

Als der damalige US-amerikanische Außenminister Colin Powell unmittelbar nach dem Anschlag in New York verkündete, Amerika befinde sich »im Krieg«, setzte er eine verhängnisvolle Dynamik in Gang, nicht nur völkerrechtlich und bündnispolitisch, sondern auch psychologisch und medial. Zu sagen, man befän-

de sich im Krieg, schuf eine massenmediale Kriegspsychose, schürte eine Haltung der Erwartung einer militärischen Aktion, legitimierte einen Einsatz von Gewalt ohne Wenn und Aber und verlieh den Terroristen eine neuartige Würde. Es gab ihnen die Legitimität einer richtigen Kriegspartei, die sie bislang gar nicht hatten (vgl. ausführlich in diesem Sinn: Howard 2001, S. 6).

2.4 Patriotische Rhetorik

Mit dem 11. September 2001 kam der patriotische Journalismus zurück in die USA. (War er je abwesend? – auch diese Frage stellt sich heute.) Der Patriotismus zeigte sich in der Form von Flaggen, Fähnchen, Girlanden und Feiern, von Bekundungen, Schwüren und großen Reden, von Emotionen und Tränen, von Schuldzuweisungen und Bezichtigungen. Soweit es sich bei diesen Formen um spontane und direkte Reaktionen auf die Terroranschläge handelte, sollte man sie nicht kritisieren. Reaktionen auf Schocks sind traumatischer Natur und entziehen sich damit einer besserwisserischen Perspektive von außen. Bei einer Auseinandersetzung mit dem, was man patriotischen Journalismus nennt, muss man auch das in den USA im Vergleich zu Deutschland völlig andere kulturpolitische Klima von Patriotismus und Nationalismus in Rechnung stellen. Dies vorweg und halb erklärend, halb entschuldigend gesagt, und doch muss man konstatieren, dass der patriotische Selbstvergewisserungs-Journalismus in den USA inzwischen pathologische Züge angenommen hat.

Diese Art von Journalismus kennt nur noch eine Meinung, nämlich die offizielle Meinung der US-Regierung. Es ist ein Journalismus des Entweder-Oder, des Ja oder Nein. Es ist auch ein Journalismus von Zensur und Selbstzensur. Und es ist eine Zeit der Intellektuellen-Hatz, die an die Hetze gegen die sogenannten unamerikanischen Umtriebe der McCarthy-Jahre erinnert. Der Karikaturist Garry Trudeau zog seine Bush-Karikaturen zurück, Barbara Streisand entfernte von ihrer Homepage Anti-Bush-Sprüche und Susan Sontag (2001, S. 45) musste es sich gefallen lassen, dass man ihr aufgrund ihres kritischen Artikels »moralische Verwirrung und gequälte Relativierung« vorwarf, dass man sie zu den Amerika-Hassern zählte (vgl. Schmitt 2001, S. 6).

Patriotischer Journalismus ist auch ein kitschiger Journalismus. Im Kaufhaus Bloomingdale's spielte eine Jazz-Band *America the Beautiful,* ein bekannter Designer trug nun in doppelseitigen Zeitungsanzeigen einen Pullover mit der US-amerikanischen Flagge, *Stars and Stripes* tauchten auf Süßwaren, Tapeten, Gardinen und Duschvorhängen auf, und patriotische Lieder wie *Star Spangeld Banner* in der Version von Whitney Houston und *God Bless the USA* von Lee Greenwood führten die Charts an (N. N. 2001f).

Als Wir-sind-doch-alle-Amerikaner-Attitüde war patriotischer Journalismus in spezifischen Ausformungen auch in Deutschland zu beobachten. Hatte Kaiser Wilhelm II. zu Kriegsanfang im August 1914 betont, er kenne keine Parteien mehr, sondern nur noch deutsche Brüder, die fest und unerschütterlich in der Sorge um das teure deutsche Vaterland zusammenstünden, so wurde genau dieser Burgfrieden nicht nur zum politischen Credo von Bundeskanzler Gerhard Schröder und noch ausgeprägter von Außenminister Joschka Fischer, sondern vor allem auch von Fernsehen und Presse. Dazu Heribert Prantl, Leiter des innenpolitischen Ressorts der *Süddeutschen Zeitung:* »Kritik an der amerikanischen Regierung wäre schon möglich, wird aber zu wenig geübt.« Er habe noch nie so viel Kritiklosigkeit erlebt wie in den ersten Wochen nach den Anschlägen. Stattdessen werde »das Wort ›Krieg‹ geradezu lustvoll gebraucht« (Moorstedt und Schrenk 2001, S. 17).

Patriotischer Journalismus in Deutschland äußerte sich vor allem in einer diffusen Bündnissolidarität mit den USA. Er wurde z. B. an einem neuen und zusätzlichen Unternehmensgrundsatz deutlich, den der Axel-Springer-Verlag unter dem Eindruck der Terroranschläge beschlossen hatte. Alle Mitarbeiter dieses Medienkonzerns mussten nun schriftlich erklären, dass sie auch mit folgender Vorgabe einverstanden sind: der »Unterstützung des transatlantischen Bündnisses und der Solidarität in der freiheitlichen Wertegemeinschaft mit den Vereinigten Staaten von Amerika«. (Bereits seit den fünfziger Jahren müssen alle Mitarbeiter dieses Verlages einer »Unterstützung der Lebensrechte des israelischen Volkes« zustimmen.) Mit spitzer Feder hielt die Journalistin Franziska Augstein der deutschen Regierung und den deutschen Medien entgegen: »Die Bundesregierung nennt es Solidarität, auf dem halben Globus muss es ankommen wie Aftergehorsam. […] Bei aller Solidarität können die deutschen Politiker [und die deutschen Medien, J. B.] allerdings nicht vermitteln, dass die Politik der Vereinigten Staaten Hand und Fuß hätte. Dazu ist die Rhetorik dieses Krieges gegen den Terror zu wirr und zu beunruhigend« (Augstein 2001, S. 15).

Patriotischer Journalismus kennt keine Abweichungen vom richtigen Weg: Die Äußerung des Modedesigners Wolfgang Joop, er halte die Twin Towers für ein Symbol kapitalistischer Arroganz und er vermisse sie nicht (N. N. 2001d, S. 10) oder die des englischen Kriminalautors John le Carré, der Tony Blair den »eloquenten weißen Ritter eines heiklen transatlantischen Verhältnisses« nannte (N. N. 2001e), musste man in den deutschen Medien mit der Lupe suchen. Gar in Rotdruck gehaltene Notizen unter der Überschrift *Widersprüchliche Meldungen aus Afghanistan,* einer Rubrik in der *Financial Times Deutschland,* in der mit dem journalistischen und juristischen Prinzip des audiatur et altera pars ernst gemacht wurde, weil feindliche Nachrichten unkommentiert abgedruckt wurden, waren eine rare Ausnahme.

2.5 Staatliche Zensur

Was eigentlich nur die Schlechten (also stets die Anderen) tun, wurde seit dem 11. September 2001 in den USA Praxis: Staatliche Zensur, zensurähnliche Maßnahmen und bindende Absprachen zwischen privatwirtschaftlich verfassten Medien und staatlichen Behörden gehörten ausgerechnet in dem Land zum Medienalltag, in dem traditionellerweise der Meinungsfreiheit ein höchstrichterlich höherer Rang zugeordnet wird als beispielsweise der Menschenwürde und dem Persönlichkeitsrecht. War der Grenadakrieg 1983 der letzte US-amerikanische Krieg, an dem Journalisten frei teilnehmen konnten, so gilt seit dem Golfkrieg 1990/1991 das Prinzip einer sorgfältigen Journalisten-Selektion durch Militärs. In Gruppen eingeteilt (sogenannte Pool-Reporter und *embedded journalists*), dürfen Journalisten bei sorgfältig ausgesuchten Militäraktionen dabei sein. Alle Berichte von ihnen werden vor einer Veröffentlichung zensiert.

Folgende Beispiele aus der US-amerikanischen Medienpolitik allein aus dem Jahr 2001 illustrieren verschiedenartige Formen von Zensur, Absprache und politischem Druck:

- Anfang Oktober 2001 entschlossen sich die sechs größten US-Nachrichtensender zu einer Selbstzensur. *ABC News, CBS News, NBC News, MSNBC, Cable News Network* und *Fox News Channel* beugten sich dem Druck der US-amerikanischen Regierung, Videos von Osama Bin Laden und der Terrororganisation Al Qaida nicht mehr in voller Länge und nicht mehr unkommentiert zu senden. Mögliche verbale Hasstiraden auf die USA versprachen diese sechs Networks zu zensieren (vgl. Schön 2001, S. 23).
- Im US-amerikanischen Auslandssender *Voice of America* sollte nach einer Intervention des State Department ein Interview mit dem Taliban-Führer Mullah Mohammed Omar nicht gesendet werden (vgl. Ehling und Schön 2001, S. 23).
- Als explizite Reaktion auf unpatriotische Reden von TV-Moderator Bill Maher in der ABC-Talkshow zogen zwei werbetreibende Firmen ihre Werbespots zurück (vgl. De Thier 2001, S. 6).
- Mehrere US-amerikanische Zeitungsjournalisten wurden von ihren Verlegern wegen ihrer Kritik an der Kriegsführung der US-Regierung fristlos entlassen (vgl. Ehling und Schön 2001, S. 23).

Solche Formen von Zensur gab und gibt es in Deutschland nicht, aber auch hier überwog ein Mainstream-Journalismus als spezifische Form von vorweggenommener Zensur.

Für die USA sprach die Publizistin Susan Sontag schon am 15. September von der »falschen Einstimmigkeit der Kommentare« (vgl. Sontag 2001, S. 45) und der

Historiker, Sozialwissenschaftler und Friedensforscher Norman Birnbaum merkte einen Monat später an:

> »Die US-Demokratie wirkt wie stillgelegt. Schuld daran sind vor allem die Medien. […] die Kolumnisten in den wichtigsten Blättern scheinen sich gegenseitig in ihrem martialischen Ton übertreffen zu wollen. Der Angriff auf Afghanistan, so viel steht für sie fest, reicht längst nicht aus. So diskutiert man, ob als nächstes Irak, Iran oder doch lieber Syrien drankommen sollte. […] Die amerikanische Zivilgesellschaft scheint sich seit dem 11. September in eine Art Kirche verwandelt zu haben. Der Präsident tritt als pontifex maximus auf, die religiöse Lehre feiert die heilige Nation, die Eschatologie gilt dem puren Heute. In dieser Verschmelzung […] erscheint alles Abweichende als lästig, ja als unnatürlich. Das betrifft nicht nur die Medien, sondern auch die Politik. Sie hat jede Lebendigkeit verloren. Im Senat ist jede, wirklich jede Kritik am Führungsstil von Präsident Bush verstummt. Es gibt keine Debatten mehr über politische Absichten und Ziele, ganz zu schweigen von Debatten um Alternativen.« (Birnbaum 2001, S. 4)

Larry Flynt, US-amerikanischer Verleger (u. a. das Magazin *Hustler*), Kämpfer für die Pressefreiheit und aggressiver Verteidiger des *first amendment,* verklagte das US-amerikanische Verteidigungsministerium vor dem Obersten Gerichtshof, weil die Medien in Afghanistan unter restriktiven, d. h. verfassungswidrigen, Bedingungen arbeiten müssen (vgl. Kilian 2001, S. 5).

2.6 Informationelle Repression

Information, Kommunikation und Medien werden in rechtsstaatlich verfassten Demokratien durch zahlreiche Gesetze geregelt: Meinungs- und Pressefreiheit, Datenschutz und das Recht auf informationelle Selbstbestimmung, Informationseinsichtsrechte, das Zeugnisverweigerungsrecht von Journalisten, Brief- und Postgeheimnis – um nur die wichtigsten zu nennen. Infolge der terroristischen Anschläge vom 11. September 2001 und bei proklamiertem Vorrang nationaler Sicherheitsinteressen vor Menschenrechten wurden die informationellen Rechte in vielen westlichen Industrieländern erheblich eingeschränkt, zusätzlich griffen staatliche Repressionsmaßnahmen im gesamten Informationssektor. Dazu einige Beispiele:

- Offene TV-Kanäle, in den siebziger Jahren als Momente von Bürgerpartizipation eingeführt, werden seit Anfang des Afghanistankrieges von den Landesmedienanstalten dann streng beobachtet, wenn es sich um nichtdeutschspra-

chige Sendungen handelt, besonders solche in Urdu, Arabisch und Türkisch (vgl. Nowak 2001, S. 7; Busse 2001, S. 4).

- Zusätzlich zu den neu vom US-amerikanischen Kongress erlaubten Rechten beim Abhören von Telefongesprächen und dem Mitlesen von E-Mails ist es US-Behörden seit Mitte November 2001 erlaubt, Gespräche zwischen Mandanten und Verteidigern ohne richterliche Genehmigung abzuhören, wenn es begründeten Verdacht dafür gibt, man könne Gewalt oder Terror verhindern.
- Die US-amerikanische Regierung schränkte den Freedom of Information Act drastisch ein, der den Bürgern Einsicht und Zugriff auf Regierungsakten erlaubt.
- Neue Antiterror-Gesetze in den USA erlauben den US-Strafverfolgungsbehörden sogar dann den Zugriff auf ausländische Computer-Hacker, wenn diese einen Computer außerhalb der USA attackieren. Die einzige rechtliche Bedingung, die für die Behörden in den USA vorliegen muss, ist die, dass ein Teil der strafbaren Handlung in den USA passiert sein muss. Dazu reicht es aus, dass das Daten-Routing beim Datentransfer über die USA gelaufen ist. Genau das trifft aber auf mehr als 80 Prozent der gesamten weltweiten Computerkommunikation zu.
- Das Pentagon sicherte sich mit einem Betrag von 2 Millionen US-Dollar monatlich und auf unbegrenzte Zeit alle Rechte an den Bildern, die der weltbeste kommerzielle Ikonos-Satellit der Firma Space Imaging aufnimmt, sozusagen ein exklusives und ewiges Bildmonopol vorbei an allen Marktgesetzen und an allen Vorstellungen über Medienpluralismus (vgl. Mejias 2001, S. 51).
- Die in Deutschland beschlossene Erfassung biometrischer Daten (Finger- oder Handabdruck, Gesichtsgeometrie, Augenfarbe, Irismerkmale, dreidimensionale Hologrammfotos) in Ausweispapieren ist verfassungsrechtlich höchst problematisch. Und zwar nicht wegen der zusätzlichen Erfassung eines individuellen Identitätsmerkmals, sondern wegen der damit geschaffenen digitalen Gesamterfassung einer Bevölkerung über die für solche Verfahren zu erwartenden nationalen Referenzdateien. Ist es für Deutschland noch unklar, ob es eine solche zentrale Datei geben wird, so sind sie für die USA eine bereits eine beschlossene Tatsache.
- In Großbritannien wurde nach dem 11. September 2001 eine Datenbank geschaffen, die sämtliche Telefon- und Internetkommunikation aller Bürger speichert. Gegen erhebliche Bedenken britischer Datenschützer haben inzwischen fast alle Ermittlungsbehörden einen nahezu uneingeschränkten Zugriff auf die Kommunikationsspuren von Verdächtigen, nicht nur von des Terrorismus Verdächtigen.
- Nicht zuletzt die durch Edward Snowden 2013 bekannt gewordene globale und allumfassende Ausspähung sämtlicher weltweiten Kommunikationsflüsse

durch die National Security Agency (NSA) zeigt nicht nur den Grad, den informationelle Repression inzwischen erreicht hat – sie steht vielmehr für die globale Abwesenheit von Demokratie und Rechtsstaatlichkeit (vgl. Greenwald 2014; Snowden 2014).

Repression stärkt den staatlichen Apparat, nützt nach aller Erfahrung (besonders in der Auseinandersetzung mit der Roten Armee Fraktion in den siebziger Jahren) in der Bekämpfung des Terrorismus nichts, gaukelt den Menschen in hochtechnisierten Gesellschaften Schutz vor Gefahren und Gewalt (die es nicht gibt) vor, schränkt drastisch alle Freiheitsrechte im Informationssektor ein und belässt es nach aller Erfahrung bei den neuen Einschränkungen auch für den Fall, dass der Terrorismus nicht mehr akut ist.

2.7 Hollywood und der Afghanistankrieg[8]

Kino ist vieles gleichzeitig: Fantasie, Traum und Albtraum, Regression und Antizipation, Beschleuniger und Katalysator, Bildmaschine und psychische Inszenierung. Von allen dramaturgischen Elementen der gegenwärtigen Medienverarbeitung des Terroranschlags und des darauf folgenden Afghanistankrieges ist dem Kino nichts fremd. Flugzeugangriffe auf Wolkenkratzer, Krieg gegen radikale Muslime in Afghanistan und antimuslimische Vorurteile: Die Traumfabrik Hollywood kennt alle drei Momente als ideologische Versatzstücke seit Langem.

Flammendes Inferno heißt ein Film-Schocker von 1975, in dem ein habgieriger Bauunternehmer die Sicherheitsstandards in einem Wolkenkratzer nicht eingehalten hat und es deshalb zu einem verheerenden Brand kommt. In John Frankenheimers *Schwarzer Sonntag* von 1977 setzt eine palästinensische Terroristin einen Piloten unter Druck, einen mit 500 Kilogramm Plastiksprengstoff beladenen Zeppelin in ein voll besetztes Football-Stadium zu steuern. 1998 folgt im Genre solcher Horrorfilme der *Ausnahmezustand* von Edmund Zwick. Eine Serie von Terroranschlägen radikaler Islamisten führt zur Verhängung des Kriegsrechts in den USA. Über die Brooklyn-Bridge rollen Panzer – arabische Amerikaner werden in Lagern interniert. Und in dem Film *Die Hard (Jetzt erst recht)* von 1995 wird nach einem Bombenattentat der gesamte Stadtteil Manhattan abgeriegelt. In *Independence Day* des deutschen Regisseurs Roland Emmerich bedrohen Außerirdische das World Trade Center und das Weiße Haus geht in Flammen auf. Und kurz vor dem 11. September 2001 stellt der deutsche Filmregisseur Joachim Grüninger einen Werbefilm für Telegate fertig, in dem sich ein Passagierflugzeug durch das Billboard eines Wolkenkratzers bohrt.

Und seit wann existiert (in den nördlichen Industrieländern) das Filmmotiv Afghanistan? Als monumentale Gebirgskulisse mit wild-grimmigen Menschen taucht Afghanistan im *Hauptmann von Peshawar* von 1953 und in *Der Mann, der König sein wollte,* einer Kipling-Version von 1975, auf. Spannender im gegenwärtigen Kontext ist freilich *Rambo III* mit Sylvester Stallone von 1987. Hier hilft John Rambo afghanischen Pferde-Kriegern gegen die russischen Invasoren, indem er deren Festungen sprengt und pralle Wodkabäuche von Iwans vor der Kamera platzen lässt.

Die Symbiose von Hollywood und Politik, Film und Pentagon ist der Kommunikationsforschung gut bekannt und bestens dokumentiert. Allein zwischen 1940 und dem Angriff auf Pearl Harbor im Dezember 1941, also in nur wenigen Monaten, produzierte Hollywood fast 40 Filme über den Krieg in Europa. Für den gesamten Zeitraum von 1939 bis 1945 schuf die US-amerikanische Filmindustrie 180 sogenannte Anti-Nazi-Filme (darunter auch *Casablanca* mit Humphrey Bogart) und machte damit Riesengewinne. Und genau an diese erfolgreiche Zusammenarbeit knüpfte die US-amerikanische Regierung an. Anfang November 2001 versammelten sich in Los Angeles auf Initiative der Regierung Bush und unter Schirmherrschaft der Motion Picture Association 50 Vertreter der Film- und TV-Studios, um eine Unterstützungskampagne für die Regierung zu planen. Dabei geht es um Werbe- und Unterhaltungsfilme und um Live-Auftritte von Unterhaltungskünstlern vor Soldaten – allen voran hat der Walt-Disney-Konzern künstlerische Aktionen in diesem Sinne angekündigt (vgl. N. N. 2001b, S. 48).

2.8 Werbeverluste

In kapitalistischen Ökonomien erfüllt Werbung zwei Aufgaben. Zum einen hat sie die schwierige und permanente ökonomische Aufgabe, in völlig übersättigten Märkten Produktion und Konsumption zu dynamisieren; sie tut das unter anderem dadurch, dass sie sich zumeist antizyklisch verhält. Zum anderen erfüllt Werbung in politischer Hinsicht eine systemstabilisierende, also eine ideologische Funktion. Beide Funktionen flachen in Katastrophen- und Kriegssituationen ab. Und im Afghanistankrieg war das mehr als deutlich zu beobachten.

Auf ideologischer Ebene zeigte sich z. B. sehr deutlich eine Pause in der sogenannten Spaßgesellschaft. Die Vergnügungsmetropole Las Vegas verzeichnete enorme Umsatzrückgänge und Hunderte von Angestellten mussten in dieser Stadt entlassen werden; der Unterhaltungskonzern Walt Disney musste im vierten Quartal des Geschäftsjahrs 2000/2001 wegen der Terroranschläge und des Krieges und der damit zusammenhängenden schwachen Konjunktur einen starken Gewinneinbruch hinnehmen.

Sinkende Besucherzahlen und vor allem geringere Werbeeinnahmen ließen den Quartalsumsatz um fünf Prozent und das Ergebnis um 68 Prozent auf 53 Millionen US-Dollar schrumpfen (vgl. Leuschen 2001, S. 5).

Wenn man Fernsehen als ein Instrument definiert, das durch Werbung angesprochene spezifische Käufergruppen einem bestimmten, für sie passenden Programm zuführt, dann erhellt dies die ökonomische Dimension des Mediums. Bei Katastrophe und Krieg steigt das Zuschauerinteresse an seriösen TV-Nachrichten, jenes an Unterhaltung sinkt.[9] So gingen z. B. in Deutschland nur einen Tag nach dem 11. September 2001 die Werbeeinnahmen der privaten TV-Sender mit ihrem großen Anteil an Unterhaltung drastisch von rund 39 Millionen DM auf nur noch rund 10 Millionen DM zurück. Alle westlichen TV-Sender schraubten ihre Unterhaltungsangebote zurück, insbesondere auch solche mit starken Gewaltszenen. *ARD* und *ZDF* erlebten mit ihren Nachrichtensendungen *Tagesschau* und *Tagesthemen* ein ausgesprochenes Quotenhoch, verloren aber im Umfeld ihrer Unterhaltungsangebote Millionen von Zuschauern. In den USA verloren viele TV-Sender allein in einer Woche zweistellige Millionenbeträge an Werbeeinnahmen. Werbeträchtige Formate wie Comedy-Shows oder Actionfilme wurden gekippt. In Deutschland verloren anzeigenträchtige Magazine wie *Der Spiegel, Stern* und *Focus* mehr oder weniger über Nacht zwischen zehn und fünfzig Anzeigenseiten (vgl. N. N. 2001c, S. 33).

Lachen kann befreien, Lachen kann das Verlachen der Mächtigen sein, Lachen kann transzendieren. Um all das geht es einer TV-Fun-Gesellschaft mit ihrem regressiven Humor nicht. Ihr geht es stattdessen um Ablenkung, Vertreibung von innerer Leere und Langeweile, um Narkotisierung und Verdummung statt Aufklärung, um eine inhumane Enttabuisierung von Erotik, um aggressive Triebabfuhr, um Heile Welt und süß-falsche Glücksversprechungen und schließlich um ideologische Verkleidungen (Preisausschreiben und Quiz) und vielfältige Kaufanreize für den Konsum. Aus lerntheoretischen Konzepten weiß man, dass Katastrophen und Kriege das Potenzial für radikales Umdenken und einen Neuanfang in sich bergen können. Folgt der Apokalypse von New York und dem Ende der hedonistischen TV-Spaß-Gesellschaft nun ein Umdenken? Zweifel daran sind mehr als erlaubt.

Wie Umberto Eco in seinem Roman *Der Name der Rose* (1980) plastisch zeigt, konnten Unterhaltung und Lachen auch staats- und autoritätsfeindlich sein. Nichts hätte die göttliche Ordnung des Mittelalters mehr durcheinander gebracht als das öffentlich gemachte Wissen um die Existenz eines Manuskriptes von Aristoteles über das Lachen. Eingebunden in die massenmediale TV-Unterhaltung der Gegenwart hat das Individuum heutzutage nichts mehr zu lachen. Aus einem befreienden, gar anarchistischen Lachen wurde ein staatserhaltendes, affirmatives Lächeln. Öffentlichkeit verschwindet zugunsten von Entertainment. The show

must go on: Beim Patentamt gingen inzwischen Dutzende von Anträgen ein, Begriffe wie Bin Laden, Taliban oder 11. September für Merchandising-Produkte wie Schreibwaren, T-Shirts oder Schallplatten markenrechtlich schützen zu lassen (vgl. Wehnelt 2001, S. 4), und längst werden im Fernsehen wieder Talkshows geschaut, ist die politische Atmosphäre stabiler Harmlosigkeit zurückgekehrt.

2.9 Radios in Afghanistan

Abgesehen von vielen Formen der mündlichen Kommunikation gab es auch im Afghanistan der Taliban westlich-technische Massenmedien wie Zeitungen und Radios. Gerade die Taliban-Zeitung *Etefaq-i Islam* aus dem westafghanischen Herat erfuhr eine deutliche politische Aufwertung nach dem Beginn der Kriegshandlungen durch die USA. Diese Zeitung bezog ihre Nachrichten von der *Afghanischen Islamischen Presseagentur,* die rund um die Uhr talibanfreundliche Nachrichten verbreitete. Trotz erfolgreicher Bombardierung des Taliban-Staatsfunks *Radio Scharia* durch die US-amerikanische Luftwaffe in Kabul in den ersten Tagen des Krieges konnte der Sender über viele Lokalstationen sein religiös-politisches Vollprogramm weiter fortsetzen. Die Nordallianz verfügte bis Anfang Oktober 2001 über einen starken Mittelwellensender namens Radio *Takhar,* den man abends in ganz Afghanistan gut hören konnte, der danach aber verstummte und nur noch über Internet zu hören war.

Die USA mischten in Afghanistan über zwei verschiedene Radioprogramme mit. *Radio Voice of America (VOA)* erreichte nach eigenen Angaben etwa 80 Prozent der Rundfunkhörer in Afghanistan. Außerdem hatte das US-Militär fliegende Funkstationen in Aktion, das *Commando Solo.* Hier sollte ein sogenanntes Friedensradio arbeiten. Kenner der Szene berichteten aber von Misstrauen und Konkurrenz zwischen *VOA* und *Commando Solo,* vor allem, weil sich der Nachrichtenchef von *VOA* über die politische Intervention des State Department hinweggesetzt und ein beanstandetes Interview mit Taliban-Führer Omar einen Tag später doch ausgestrahlt hatte (wenn auch in redigierter und stark gekürzter Form). Roland Hofwiler von der *tageszeitung* und exzellenter Kenner der Radioszene in Afghanistan bescheinigte *Commando Solo* »plumpe Propaganda« (Hofwiler 2001, S. 18) und resümiert: »Die Taliban verfügen über eine breite Medienpalette, die sie gezielt und effektiv zur Propaganda gegen den Feind einsetzen. Die Amerikaner und die Nordallianz hören und sehen fast tatenlos zu« (Hofwiler 2001, S. 18).

Die dritte – die spannendste – Kraft in diesem Radiokrieg kam aus dem Iran. Zum einen gab es da *TV Badakhshan,* das allerdings nur in Feyzabad in der Nordostprovinz zu empfangen war. Der Nachrichtenblock wurde von der *Stimme der*

Iranischen Republik erstellt, enthielt Filmmaterial aus dem Iran, übernahm aber auch Sequenzen von *BBC World Service.* Zum anderen gab es *Radio Maschhad,* eine Lokalstation der offiziösen *Stimme der Iranischen Republik.* Dieser Sender sendete in Persisch und in den afghanischen Landessprachen rund um die Uhr und galt bei der Nordallianz, bei Exilanten in Pakistan und im Iran und sogar bei Teilen der Taliban als gleichermaßen glaubwürdig. Er war der wohl populärste Radiosender in Afghanistan. Warum? Er war deswegen so erfolgreich, weil er sich trotz aller journalistischen Kritik an vielen Missständen ganz eindeutig als ein Sender der islamischen Welt definierte, die westliche Kultur anprangerte und die Einheit aller Muslime forderte. Von der gleichen Reputation lebte und blühte vital eine fast nur aus einem Mann bestehende Nachrichtenagentur, nämlich die *Afghan Islamic Press* von Mohammed Jakup Sharafat in der pakistanischen Grenzstadt Peschawar.

2.10 Der arabische TV-Sender *Al Jazeera*

> »Und die Stürme werden nicht ruhig werden, besonders nicht die Flugzeugstürme […] bis Ihr Euch aus Afghanistan geschlagen zurückzieht, die Unterstützung der Juden in Palästina und die dem irakischen Volk aufgezwungene Belagerung beendet, die arabische Halbinsel verlassen und die Unterstützung der Hindus gegen die Muslime in Kaschmir beendet haben werdet.« (Bin-Laden-Netzwerk 2001, S. 4)[10]

Solche Sätze des Al-Qaida-Netzwerkes von Osama Bin Laden konnte man kaum in den westlichen Massenmedien finden, wohl aber in dem in Qatar gelegenen privatwirtschaftlich verfassten TV-Sender *Al Jazeera.* Hatte dieser Sender noch 1999 in Berlin den ersten *Ibn-Ruschd-Preis für Freies Denken* für seinen Einsatz in der arabischen Welt erhalten und hatte das US-amerikanische Außenministerium diesen TV-Sender in seinem Bericht des Jahres 2000 zur weltweiten Situation der Menschenrechte noch wegen seiner freiheitlichen Berichterstattung lobend erwähnt, so war die Situation Anfang Oktober 2001 auf einmal völlig anders.

Vier Tage vor Kriegsausbruch am 7. Oktober 2001, also am 3. Oktober 2001, hatte der US-amerikanische Außenminister Colin Powell den Scheich des Emirats Qatar, Hamad bin Khalifa al-Thani, ersucht, Druck auf den TV-Sender *Al Jazeera* auszuüben, keine weiteren Interviews und Videos von Osama Bin Laden zu senden. Powell hatte insbesondere daran Anstoß genommen, dass *Al Jazeera* ein Bin-Laden-Interview von 1998 mehrfach gesendet hatte, und daran, dass dieser Sender fälschlicherweise behauptet hatte, Truppen von Bin Laden hätten Angehörige von US-amerikanischen Spezialeinheiten in Afghanistan gefangen genommen. Diesem Druck widersetzten sich erfolgreich sowohl der Scheich von Qatar als auch

die Geschäftsführung von *Al Jazeera.* Der TV-Sender *Al Jazeera* in Qatar wurde 1996 gegründet. Seiner Existenz liegen zwei Motive zugrunde.

1) Genau wie der 1991 gegründete, von London aus gebührenfrei sendende und dem saudischen Königshaus eng verbundene TV-Sender *Middle East Broadcasting Centre (MBC)* ist *Al Jazeera* eine arabische Abwehrreaktion auf das westliche TV-Monopol von *CNN* während des Golfkrieges. Nicht noch einmal sollten westliche Massenmedien ein Interpretationsmonopol über arabische Angelegenheiten haben dürfen, schon gar nicht bei Fragen von Krieg oder Frieden.
2) Von Anfang an war *Al Jazeera* konzipiert gegen die staatlich kontrollierten TV-Sender in der arabischen Welt. *Al Jazeera* legte sich mit seinem Selbstverständnis von islamischer Pluralität mit fast allen arabischen Regierungen an.

Inzwischen erreicht *Al Jazeera* arabische Zuschauer in allen Erdteilen der Welt, hat ökonomisch den Break-even-Point erreicht und hat sich im arabischen Raum als höchst professionell arbeitender TV-Sender inmitten von ansonsten zumeist staatlich gegängelten Regierungs-TV-Sendern fest etabliert.

In den arabischen Ländern dürfte dieser Sender als glaubwürdigster und beliebtester TV-Sender für politische Nachrichten gelten. Während der zweiten Intifada in Palästina erreichte *Al Jazeera* ungeahnte Popularität, weil er einerseits deutlich Partei für die arabische Welt und den Islam ergriff, andererseits aber sehr unterschiedliche Stimmen zu Wort kommen ließ, auch israelische Politiker. In Afghanistan hatte die Taliban-Regierung vor langer Zeit bereits *CNN,* Reuters, APTN und *Al Jazeera* das Angebot gemacht, Zweigstellen ihrer TV-Sender in Afghanistan zu eröffnen. Während die westlichen TV-Sender dieses Angebot aus Desinteresse an diesem Land abgelehnt hatten, hatte *Al Jazeera* das Angebot angenommen und unterhielt seitdem zwei TV-Studios in Kabul und Kandahar.

Während die US-amerikanische Regierung und westliche Massenmedien in den letzten Wochen des Jahres 2001 gern den Eindruck verbreiteten, *Al Jazeera* sei nichts weiter als ein Sprachrohr für die Videos von Osama Bin Laden, sehen die Fakten anders aus:

- Nach der Ausstrahlung des ersten Videos von Osama Bin Laden hatte Edward Walker, der frühere stellvertretende US-amerikanische Staatssekretär für den Nahen Osten, Gelegenheit für einen Meinungskommentar. Danach strahlte man das Statement eines muslimischen Geistlichen aus, der jede Gewalt als unislamisch kritisierte.
- *Al Jazeera* hat mehrere TV-Sendeformate unter Titeln wie *Mehr als nur eine Meinung* oder *Eine Meinung und noch eine.* Bei diesen Sendeformaten handelt

es sich um journalistisch höchst professionelle kontroverse Diskussionsrunden zu Themen von arabischem Interesse.
- Keinesfalls sind *CNN* und *Al Jazeera* nur Konkurrenten und Gegner auf einem globalisierten TV-Markt. Vielmehr haben beide Sender direkt nach dem 11. September 2001 ein langfristiges, exklusives Kooperationsabkommen über Programmaustausch und die gemeinsame Nutzung von Ressourcen abgeschlossen.

Mit diesem Abkommen hat ein Global Player wie *CNN* nicht sein Monopol in der Deutung von Weltbildern abgegeben, wohl aber anerkennen müssen, dass es regionale Monopole wie *Al Jazeera* gibt, die im regionalen Kontext besser arbeiten können als ein Global Player. Aus der Sicht von Mohammed Jasmin Al-Ali, dem Geschäftsführer von *Al Jazeera,* klingt das so: »Der Unterschied zwischen *CNN* und *Al Jazeera* ist der, dass sich *CNN* zunächst einmal alles aus internationaler Perspektive ansieht und erst in einem zweiten Schritt nach Asien oder in den Nahen Osten schaut. Wir aber schauen zuerst in Richtung auf arabische und islamische Zusammenhänge und denken erst in zweiter Linie an internationale Fragen« (Transnational Broadcasting Studies Nr. 7/2001, Abfrage am 29. November 2001).

Nur wenn man diese antiamerikanische Frühgeschichte von *Al Jazeera* kennt, kann man den Weg ermessen, den dieser Sender seitdem gegangen ist. Nimmt man zur Kenntnis, dass das Scheichtum Qatar inzwischen einer der engsten Verbündeten der USA ist, dass sich die USA auf dem dortigen Militärflughafen Al Udeid mit Kosten von einer Milliarde US-Dollar die längste Start- und Landebahn in der gesamten Golfregion geschaffen haben und dass Qatar und die USA Seite an Seite dem sogenannten arabischen Frühling von 2010/2011 dessen demokratisch-republikanischen Wind genommen und ihn in Richtung konservativer sunnitisch-islamischer Kräfte umgekippt haben, dann wird klar, dass auch der TV-Sender *Al Jazeera* seine Rolle und Funktion geändert hat (vgl. Becker und Khamis 2010). Es war genau dieser Wechsel, der den Berliner *Al-Jazeera*-Mitarbeiter Aktham Suliman dazu zwang, seine Mitarbeit zu kündigen, denn dieser Sender sei inzwischen zu einem »Büro der Muslimbrüderschaft« mutiert (Suliman 2012).

2.11 Ein Krieg ohne Bilder

Der Kampf um die Köpfe wird im Krieg nicht durch Truppen, sondern durch Journalisten, vor allem aber durch Fotografen, Kamerateams und Medienstrategen entschieden. Das war schon immer so. Und so ist die Wahrnehmung von Kriegen (nur vergleichbar sportlichen Höchstwettkämpfen), besonders die einzelner Schlachten oder Siege, sehr oft mit einem einzigen Bild verknüpft. Einer Ikone. Das gilt für den D-Day im Zweiten Weltkrieg genauso wie für den Spanischen

Bürgerkrieg oder die US-amerikanische Intervention in Somalia. Hier war es das Bild eines grausam getöteten US-amerikanischen Soldaten, der von somalischen Bürgerkriegsmilizen unter dem Gejohle des Mobs durch die Straßen von Mogadischu geschleift wurde. Krieg ist also immer auch, und ganz besonders, ein Krieg mit Bildern.

Ganz im Gegensatz dazu war es ein Charakteristikum des Afghanistankrieges, dass er in den großen Massenmedien (TV und Presse) als ein Krieg ohne Bilder erschien. Weder Opfer noch Täter tauchten visuell auf. Tod und Leid hatten kein Gesicht. Dass dies so war, geht auf zwei recht konträre Bedingungen zurück. Da gilt es, als erstes an das unter den radikal-islamischen Taliban geltende, religiös begründete Bilderverbot des Hadith (nicht des Koran) zu erinnern. Genauso wie Allah unsichtbar bleibt, sich nur durch den Text im Koran offenbart, können Engel kein Haus betreten, in dem es eine bildliche Darstellung von Mensch oder Tier gibt. Deswegen also die Zerstörung Hunderter bildlicher Darstellungen im Nationalmuseum in Kabul unter den Taliban und die Sprengung der Buddha-Statuen in Bamian im Frühjahr 2001, deswegen auch das generelle Fotoverbot durch die Religions- und Sittenpolizei im Afghanistan der Taliban (vgl. Hein 2001, S. 5). Zweitens gab es in diesem Krieg ein Bilderverbot seitens der USA als Folge von ausgesprochen restriktiven Arbeitsbedingungen für Journalisten, insbesondere Bildjournalisten. Dazu Richard Myers, ehemaliger US-Generalstabschef: »Über einige der unsichtbaren Operationen werden wir informieren.« Es wird aber auch »andere unsichtbare Operationen geben, über die Sie keinen Film sehen werden« (Chauvistré 2001, S. 4). Mit anderen Worten: US-Militärs (nicht: *CNN*) behielten sich exklusiv eine Bildhohheit und Bilddeutung vor. Was sichtbar und was unsichtbar war, hatte deswegen jeden Anspruch auf Authentizität verloren und war als Bild genauso beliebig geworden wie als Nichtbild.

Doch aus wenigstens drei Gründen funktionierte dieser Krieg ohne Bilder, so wie ihn sich Infowar-Strategen in Washington vorstellten, nicht. Da gab es erstens ein offensichtlich anthropologisches (oder auch historisch gewachsenes) Bedürfnis des Menschen nach visualisierter Erkenntnis. Gibt es in einem Krieg nur offizielle, nur Propaganda-Bilder, so schaffen sich Gegenbilder quasi urtümlich und wildwüchsig ihren eigenen Weg in die Welt der Öffentlichkeit. So argumentierte bereits Andreas Platthaus (1999, S. 56) in seiner Analyse von neuartigen Comics, die den Bosnienkrieg thematisierten. Zweitens durchbrachen ganz sicherlich die Videos mit dem Bild von Osama Bin Laden über den arabischen TV-Sender *Al Jazeera* jegliche Strategie des Bildlosen. Gerade weil es nur wenige Videos von Osama Bin Laden gab und gibt, gerade weil sie im Westen kaum und nur kommentiert und zensiert gezeigt wurden, gerade weil sie von ihrer Bildästhetik so altmodisch, starr und patriarchalisch wirkten, hatten sie in der Weltöffentlichkeit insgesamt, ganz zu schweigen vom arabischen Raum, eine ikonografische Bedeutung erlangt,

die weit über dem Bildangebot von *CNN,* dem Pentagon, kurz: der Moderne gelegen haben dürfte. Und drittens schließlich war es das Internet, das sich einem Bilderverbot vehement entgegenstemmte. Zwar wirkten auch hier die verschiedenen Bildverbotsstrategien insofern, als es in diesem Medium über den Afghanistankrieg fast keine Informationen und kaum Propaganda gab. Wo es aber keine verlässlichen Informationen und Bilder gibt, da tummelt sich die Fantasie in Form von sogenannten Funny Pictures, Flash-Animationen, interaktiven Spielen und Kriegsgesängen. Ausgesprochen schlaff gegenüber dieser virtuellen Fantasiewelt von Bin-Laden-Abenteuern und -Jagden wirkte dagegen die so deutsche Welt der Illustrierten, der nichts Besseres einfiel, als Bin Laden nun auch noch den Tod von Prinzessin Diana anzuhängen (vgl. Wech 2001, S. 60–61).

Gegenüber dem medialen Sieger dieses Krieges, also gegenüber Osama Bin Laden, der gerade nur durch diesen Krieg zum möglicherweise berühmtesten Menschen weltweit wurde, gegenüber ihm und seinen spärlichen Videos, die über *Al Jazeera* ausgestrahlt (aber in den Industrieländern kaum gesehen) wurden, war die mediale Wirkkraft des von den US-Amerikanern in Afghanistan gefundenen und später ausgestrahlten Amateur-Videos von Bin Laden vernachlässigenswert gering. Dieses Videoband wurde weltweit als US-amerikanisches Material angesehen. Und so vollzog sich rund um dieses Video genau das, was jeder professionell ausgebildete Kommunikationswissenschaftler schon vorab hätte sagen können: In den arabischen Ländern gab es kaum Interesse an diesem Material (vgl. z. B. Nüsse 2001, S. 5) und in der NATO galt dieses Video ganz allgemein als Schuldeingeständnis von Bin Laden an dem Massenmord vom 11. September 2001 (vgl. z. B. Mühlmann 2001, S. 7).

2.12 Resümee

Der Krieg der NATO gegen Jugoslawien um den Kosovo war nach Meinung der meisten Völkerrechtler eindeutig völkerrechtswidrig. Die in diesem Zusammenhang immer häufiger zu hörenden Sätze, dass sich eben auch das Völkerrecht im Laufe der Zeit wandele, täuschen jedoch nur mühsam über den rechtsstaatlichen Grundsatz hinweg, dass das Recht durch einen Souverän (sei er nun national oder international) gesetzt werden muss, sich also keinesfalls irgendwie und vor allem nicht ganz von allein wandelt. Und entgegen offiziellen Bekundungen der US- und der deutschen Bundesregierung gab es auch hinsichtlich des Krieges der NATO in Afghanistan vielfache völkerrechtliche Bedenken und Zweifel.[11]

Zwar hatte der Sicherheitsrat der UN in seiner Resolution vom 12. September 2001 konstatiert, dass eine Bedrohung des Weltfriedens vorliege, nicht aber einen bewaffneten Angriff. Aber nur ein bewaffneter Angriff kann Auslöser für ein

Recht auf militärische Selbstverteidigung sein. Zwar konstatierte diese Resolution auch, dass es laut Artikel 51 der UN-Charta das Recht auf Selbstverteidigung gibt, doch bezog sich der Resolutionstext nicht auf den konkreten Fall Afghanistan. Auch die UN-Sicherheitsratsresolution vom 28. September 2001 stellte nur eine Friedensbedrohung fest, nicht aber einen bewaffneten Angriff. Selbst wenn alle Völkerrechtszweifel durch die beiden genannten Resolutionen beseitigt worden wären, ließen sich weitere völkerrechtliche Bedenken gegen die Kriegsführung der NATO geltend machen, da alle militärischen Maßnahmen nur der Bekämpfung des Terrorismus hätten dienen dürfen, nicht jedoch der Beseitigung der Taliban-Herrschaft. Des Weiteren wären nur Angriffe gegen militärische, nicht aber gegen zivile Ziele – wie es sie beispielsweise bei der Bombardierung der Brücke von Varvarin gab – völkerrechtskonform gewesen.

Schließlich gab und gibt es auch erhebliche rechtliche Zweifel daran, ob denn nun wirklich ein NATO-Bündnisfall vorlag, denn auch Artikel 5 des Nordatlantikpaktes setzt voraus, dass ein bewaffneter Angriff eines Staates vorliegt (und die NATO-Formulierung vom 13. September 2001, es gehe um einen Angriff *von außen,* ist nicht vertragskonform). Völker- und Versicherungsrechtler werden jedenfalls einen spannenden Streit auszutragen haben. Während Juristen aus den USA und der NATO ein Interesse daran haben, die Terrorattacke gegen das World Trade Center als Krieg zu definieren, es allerdings im gleichen Atemzug ablehnen, die nach Guantanamo auf Kuba verschleppten Taliban-Kämpfer als Kriegsgefangene anzuerkennen und sie nur als jenseits des Völkerrechts agierende »illegale Kämpfer« bezeichnen, sieht das Interesse beim Besitzer des World-Trade-Center-Gebäudes versicherungsrechtlich genau umgekehrt aus. Die weltweit großen Rückversicherungsgesellschaften wollten den Schaden vom 11. September 2001 nur dann begleichen, wenn es sich dabei definitorisch um einen Terrorangriff, nicht um einen Kriegsakt handelt.

Neben diese rechtlichen treten erhebliche politische Bedenken. Abgesehen von dem Umstand, dass es bislang kaum der Öffentlichkeit bekannte rechtsverwertbare Anhaltspunkte für eine Täterschaft von Osama Bin Laden und sein Al-Qaida-Netzwerk für die September-Terroranschläge in den USA gibt – soweit die rechtlichen Probleme –, ist kaum davon auszugehen, dass der Afghanistankrieg zu einer Lösung des Terrorismusproblems beiträgt. Weder gab es seitens der NATO klare Kriegsziele, noch waren und sind realistische Politikstrategien für ein ziviles Afghanistan nach dem Krieg erkennbar. Vor allem aber fehlt eine genaue und eventuell schmerzliche Ursachenanalyse für den internationalen Terrorismus. Sollte eine solche Analyse so ausfallen, dass der ideale Nährboden für Terrorismus in der Hoffnungslosigkeit von Armut in der Dritten Welt liegt, dann wäre der Afghanistankrieg völlig kontraproduktiv, würde also einem internationalen Terrorismus eher entgegenarbeiten, als ihn zu beseitigen helfen.

Genau wegen dieser rechtlichen und politischen Legitimationsmängel war der Medienkrieg um Afghanistan so intensiv, gab es antiislamische Feindbilder, herrschten dichotomisch gehaltene Sichtweisen von Gut und Böse vor, gab es Zensur, Lüge, Propaganda, Verkürzungen, Glorifizierungen, und insbesondere eine mediale Kriegs- und Gewaltrhetorik, eine distanzlose Patriotismus- und Bündnisrhetorik, die erschreckend und öffentlich kaum bewusst war, geschweige denn, dass sie etwa mit der Schärfe eines Karl Kraus aufgespießt und kritisiert worden wäre.

Was also bleibt zu tun?

Beantwortet man diese Frage mit dem anlässlich des ersten afghanisch-britischen Krieges von 1842 entstandenen Gedicht *Das Trauerspiel von Afghanistan* (1848) des deutschen Schriftstellers, Journalisten und Kriegsberichterstatters Theodor Fontane, dann bleibt die Zukunft düster. 13 000 britische Soldaten kamen 1842 am Khyber-Pass ums Leben, und Fontane schließt sein Gedicht mit folgenden Zeilen: »Die hören sollen, sie hören nicht mehr, vernichtet ist das ganze Heer, mit dreizehntausend der Zug begann, einer kam heim aus Afghanistan.« Zu ganz ähnlichen Schlussfolgerungen wie Fontane kam im übrigen Friedrich Engels in seinem 1857 geschriebenen Bericht über den vergeblichen Militärfeldzug der Briten. Auch er vermeldet, dass die Europäer nicht in der Lage waren, den Afghanen erfolgreich in »offener Feldschlacht zu begegnen« (Engels 2001, S. 16).

Man kann die Frage nach einem sinnvollen Handeln aber auch mit dem Zitat eines anderen deutschen Dichters beantworten, mit Günter Grass: »Ich habe meine Zweifel, ob der Westen die Kraft aufbringt […], sich wirklich globale Gedanken zu machen und die Dritte Welt als gleichberechtigt mit einzubeziehen. Wenn man das täte, wäre es ein entscheidender Schritt, um dem vorhandenen Terrorismus auf Dauer das Wasser abzugraben, ihn auszudörren« (Grass 2001, S. 45).

Auch wenn der Afghanistankrieg inzwischen zu Ende zu sein scheint, ebenso wie der ISAF-Einsatz der NATO in Afghanistan, der Ende 2014 auslief, stellen sich rückblickend viele Fragen, gerade auch an die Medien. Haben die Medien genügend danach gefragt, wer diesen Krieg geführt hat, die NATO, die USA, die *Staatengemeinschaft?* Haben sie erörtert, wer in diesem Krieg der Gegner war, Bin Laden, die Taliban, Al-Quaida, Afghanistan, Pakistan, Irak, 60 terroristische Staaten? Haben sie nach den Kriegszielen gefragt? Ging es um Terror? Um welchen Terror? Wer definiert Terror? Ging es eventuell um eine Erdgas- und Erdölkontrolle in der kaspischen Region? Haben sich für Deutschland die Kriegskosten in Höhe von rund sechs Milliarden Euro »gelohnt«? Für genau welches Ziel starben in Afghanistan 50 Soldaten der Bundeswehr und was genau wiegt die Posttraumatische Belastungsstörung (PTBS) von schätzungsweise 1 400 deutschen Soldaten aus dem Afghanistankrieg auf? Wann und wie soll dieser Krieg als *erfolgreich* beendet gelten? Was sind die zentralen Interessen Europas in diesem Krieg? Ein be-

sänftigendes Einwirken auf die USA oder die Eingewöhnung in eine neue militarisierte Außenpolitik?

Es ist eine Sache, wenn Regierungsvertreter der USA in der Öffentlichkeit laut über einen Angriff auf den Irak nachdenken. Es ist eine völlig andere, wenn eine deutsche Tageszeitung emphatisch nahelegt, einen solchen Krieg möglichst rasch anzufangen: »Danach aber rückt, so oder so, der Irak ins Visier. Ob Saddam Hussein direkt in den Anschlag vom 11. September verwickelt war, spielt keine große Rolle« (Ziesemer 2001, S. 11).

Deutschland ist eines der ganz wenigen Länder, das in seinem Strafgesetzbuch in § 80a einen speziellen Artikel kennt, der das öffentliche Aufstacheln zum Angriffskrieg mit einer Freiheitsstrafe von wenigstens drei Monaten bestraft. Warum verfolgt die deutsche Staatsanwaltschaft nicht die Journalisten, die zu einem Krieg gegen den Irak aufrufen?

Das Grundgesetz der Bundesrepublik Deutschland kennt nur drei Aufgabenfelder für einen Einsatz der Deutschen Bundeswehr: Landesverteidigung, Katastrophenhilfe und sogenannter innerer Notstand. Warum verfolgte die deutsche Staatsanwaltschaft nicht solche Politiker, die zu einem völkerrechts- und grundgesetzwidrigen »präventiven« Angriffskrieg gegen den Irak aufriefen?

Die Vermarktung der ex-jugoslawischen Kriege durch US-amerikanische PR-Agenturen (1991–2002)

3

»Die Serben, die das übrige Europa vielleicht für arm gehalten hatte, erfreuen es durch ihre reiche Poesie.«
(Jacob Grimm 1849)

»Sonst treibe ich stark Serbisch, die von Vuk Stef. Karadžić gesammelten Lieder.«
(Friedrich Engels 1863)

3.1 Geschichte

Die Zeiten einer innigen und tiefen Freundschaft zwischen Johann Wolfgang von Goethe (1749–1832), Jacob Grimm (1785–1863) und dem großen serbischen Philologen, Sprachreformer und Liedersammler Vuk Stephanović Karadžić (1787–1864) sind lange vorbei.[1] Stattdessen sind in Deutschland seit vielen Generationen antiserbische Vorurteile verbreitet.

Anfang des 20. Jahrhunderts, und besonders im Ersten Weltkrieg, tauchten in deutschen Illustrierten polemisch-rassistische Witze über Serben auf. Serben sind demnach unterentwickelt und unzivilisiert, dreckig und gewalttätig.[2] Und weil sie nun mal so sind, gibt es bei ihrer Wahrnehmung oft nur halbe Wahrheiten. Als Egon Erwin Kisch (1885–1948), der später wegen seiner sozialen Reportagen zu Recht weltberühmt wurde, 1930 einen Artikel über seine Zeit als österreichischer Soldat im Krieg gegen Serbien im Sommer 1914 schrieb, da schilderte er zwar plastisch viele Kriegsereignisse, »vergaß« darüber aber die zahlreichen Massaker der österreichisch-ungarischen Armee an der serbischen Bevölkerung in den Dörfern entlang der Drina, obwohl er sich nachweislich in genau diesen Dörfern aufgehalten hatte (vgl. Holzer 2003, S. 57–70). An solche selektiven Wahrnehmungen und antiserbischen Vorurteile konnten die deutschen Faschisten im Zweiten Weltkrieg

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_3,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

gut anknüpfen. Als das Dritte Reich 1941 seinen Angriffskrieg gegen Jugoslawien begann, sprach die NS-Propaganda-Illustrierte *Signal* von einer deutschen Befreiung Kroatiens und ließ ihrem Serbien-Hass freien Lauf. *Signal* sah in den Serben nur Verschwörer, Banditen und Terroristen. Der »serbische Volkscharakter« sei eine »Mischung aus Verstocktheit […] Vetternwirtschaft und Korruption« (vgl. Rutz 2007, S. 190 ff.). Auch 82 Jahre nach den antiserbischen Karikaturen im *Simplicissimus* von 1909 rekurrierte etwa die Publizistin Marion Gräfin Dönhoff auf ähnliche Stereotype. So schrieb sie 1991 in der *Zeit:*

> »Selbst die Sowjets, die gern als hinterwäldlerisch, unterordnungsbereit und ohne Sinn für demokratische Regeln geschildert werden, scheinen es fertigzubringen, sich in neue, föderale Strukturen einzupassen, in denen genügend Platz für Autonomie vorhanden ist. Warum sollten dies die angeblich so westlichen Völker Jugoslawiens nicht fertig bringen? Aber wenn sie denn ihren serbokroatischen Haß unbedingt ausleben wollen, dann sollte man sie eben lassen.« (Dönhoff 1991)

So einfach ist das also: Eine vorwissenschaftliche, eine krude »Völkerpsychologie«, feiert Anfang der 1990er Jahre ausgerechnet bei der Star-Journalistin fröhliche Urständ, die als eine der bedeutendsten liberalen Nachkriegsjournalistinnen gilt. Wo sowieso jedermann weiß, dass französische Frauen sexy sind und die Amerikaner keine Kultur haben, da weiß auch jeder, dass die Sowjets »hinterwäldlerisch« und dass die Völker Jugoslawiens nur »angeblich westlich« sind. Und außerdem lernt der Leser, dass Jugoslawen einen »serbokratischen Haß« – ist der von Gott oder von der Natur gegeben? – haben, also aggressiv sind – und dass es eben gut wäre gut, sie würden ihren Hass einfach »ausleben« (was immer sich auch hinter dieser seltsamen Sprachwendung verbergen mag. Meint die Autorin »austoben« oder nur »spielerisch erleben«?)

Medien sind gleichzeitig Spiegel der Gesellschaft wie auch gesellschaftlicher Akteur: Marion Gräfin Dönhoff stellt sich mit diesen seltsamen Sätzen – nolens volens – in eine antiserbische Tradition, die sich von einem »Serbien muss sterbien« über die Nazis bis in die Gegenwart durchzieht. Und genau deswegen muss an dieser Stelle auf die Ermordung Tausender serbischer Zivilisten während des Krieges von 1941 bis 1945 in Kroatien hingewiesen werden. Die Schätzungen über die Zahl der von der kroatischen Ustascha – die unter deutschem Schutz arbeitete – ermordeten Serben schwanken erheblich. Der deutsche Genozidforscher Richard Albrecht schätzt diese Zahl auf 600 000 (vgl. Albrecht 2007, S. 71 ff.; s. a. Wolf; Deschner 1999, S. 269 ff.) und der serbische Historiker und Tito-Biograf Vladimir Dedijer geht gar von 800 000 ermordeten orthodoxen Serben aus (vgl. Dedijer 1993). Auch die Zahlen der im kroatischen Konzentrationslager Jasenovac ermordeten Serben schwanken stark: Sie reichen von 30 000 bis 52 000. Die bei-

Abbildung 3.1 und 3.2 Sitten und Gebräuche der Serben



Wie alle gemütvollen Menſchen, leben die Serben in inniger Gemeinſchaft mit ihren Haustieren. Der Neugeborene wird oft von Mutterſchweinen geſäugt. Die Serbenmutter ſtillt zum Dank die kleinen Ferkel. Eine weitere Volksbeluſtigung des Serben iſt der Königsmord.



Quelle: Simplicissimus 1909, unpag., S. 22 und 23

den unangekündigten deutschen Luftangriffe auf Belgrad am 6. und 7. April 1941 forderten – je nach Schätzung – zwischen 1 500 und 30 000 Ziviltote (vgl. Vogel 2001, S. 303–308) und nach der serbischen Kapitulation am 17. April 1941 wurden rund 350 000 serbische Soldaten in deutschen Kriegsgefangenenlagern kaserniert.

Man muss um diesen verhängnisvollen Zusammenhang zwischen antiserbischen Bildern und dem realen Leiden von Serben im Zweiten Weltkrieg zumindest ein wenig wissen, um verstehen zu können, warum US-amerikanische PR-Agenturen die Weltpresse während der jüngsten Balkankriege so erfolgreich manipulieren konnten. Und gerade als deutscher Wissenschaftler sollte man historische Sachkenntnis mitbringen, um abwägend, nachdenklich, nicht anmaßend und nicht einseitig zu argumentieren.

Der serbische Massenmord an Tausenden von Bosniaken in Srebrenica im Sommer 1995 kann und soll weder wegdefiniert noch relativiert werden, und das schon gar nicht aus subjektiver Opferperspektive: Das persönliche Leiden einer Mutter, deren Sohn ermordet wurde, kann man nicht wegdefinieren. Gleichzeitig muss man den Massenmord in Srebrenica – wie hier skizziert – aber auch (wenn auch nicht nur) im Kontext einer serbischen Leidensgeschichte sehen, darf außerdem nicht außer Acht lassen, dass zahlreiche Momente dieses Mordes wissenschaftlich nach wie vor äußerst kontrovers beurteilt werden und darf vor allem aber diesen Massenmord nicht mit seiner politischen Instrumentalisierung (durch wen auch immer) verwechseln.[3]

3.2 Public-Relations-Agenturen und Krieg

Vorurteile fallen nicht vom Himmel, vielmehr werden sie konstruiert und kreiert. Meistens geschieht dies als anonymer Prozess der sozialen Konstruktion, manchmal sind aber auch individuell handelnde Konstrukteure eindeutig benennbar. Während eines Krieges und während der öffentlichen Debatten über ihn zählen Public-Relations-Agenturen seit Langem zu den wichtigsten Kriegskommunikatoren. Die kritische Sozialwissenschaft weiß inzwischen ganz gut darüber Bescheid, dass und wie PR-Agenturen im Auftrag und Interesse und gegen Bezahlung für kriegführende Regierungen die Weltpresse erfolgreich manipulieren. Der Biafrakrieg von 1967 mit seinen geschätzten 0,5 bis 2 Millionen Toten dürfte der erste große Krieg des 20. Jahrhunderts gewesen sein, bei dem PR-Agenturen im Auftrag der Kriegsparteien die mediale Weltöffentlichkeit, insbesondere die europäische, erfolgreich beeinflussten. So arbeitete für das kriegführende Nigeria die britische Agentur Burson-Marsteller Associates und für die abtrünnige Provinzregierung in Biafra arbeitete die US-amerikanische PR-Agentur Ruder Finn und die Genfer Werbeagentur Markpress.

Erfolgreich im Sinne der die PR-Agenturen bezahlenden biafranischen Bürgerkriegsregierung war die Beeinflussung der westlichen Öffentlichkeit aus mehreren Gründen. Mittels *agenda setting* verbreiteten die unter Vertrag stehenden PR-Agenturen gezielt solche Signalwörter, die die biafranische Argumentation in eine europäische Sicht umwandelten (z. B. christlich, Hungerblockade, Genozid, Bombenterror) und die es der europäischen Presse erleichterten, die Sicht der afrikanischen Kriegspartei einer europäischen Öffentlichkeit zu verkaufen. Die damaligen PR-Agenturen wussten freilich recht gut, dass einem solchen Top-down-Ansatz der Kommunikation auf lokaler Ebene in Europa und den USA ein Bottom-up-Ansatz der Kommunikation entsprechen muss, man brauchte also Basisgruppen und eine empörte Bevölkerung in Form zahlreicher Biafra-Solidaritätskomitees, die die gleichen Argumente von unten her benutzten. In den USA gab es beispielsweise die von einer PR-Agentur gegründete NGO Biafran Students Association, die gegen Honorar vor dem UNO-Hauptquartier politische Demonstrationen für die Unabhängigkeit Biafras organisierte.

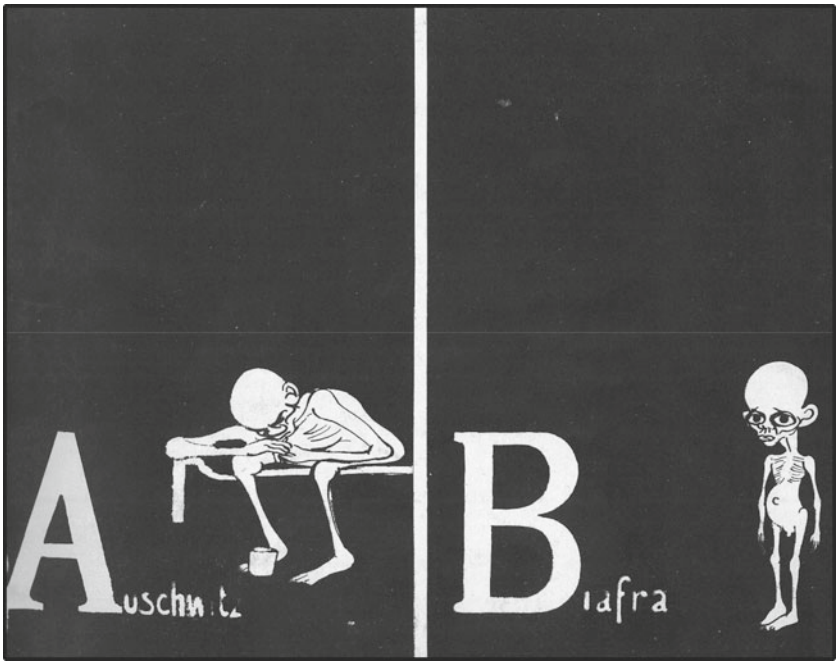
Für Deutschland gilt es, an die Hamburger Aktion Biafra-Hilfe zu erinnern, aus der dann später die NGO Gesellschaft für bedrohte Völker (GfbV) hervorging. Zwar war die GfbV nicht von einer PR-Agentur gegründet worden, aber sie entstand – quasi im Zeitgeist – zeitlich parallel zur aktiven Tätigkeit von PR-Agenturen für den Teilstaat Biafra.

Gerade sie war es, die im Zusammenhang mit dem Biafrakrieg auf Signalwörter wie Völkermord, Massenvernichtung, Massengräber, Rassenwahn, Liquidierung, Vertreibung, Konzentrationslager und Auschwitz setzte und explizite Vergleiche zwischen den unterlegenen Biafranern und den Juden unter der NS-Herrschaft formulierte.[4] Sehr deutlich wird die angebliche Parallelität zwischen den Konzentrationslagern der Nazis und einem Völkermord in Biafra auf einer Titelseite der Zeitschrift *Pogrom* der GfbV von 1970 (siehe Abb. 3.3.). Diese Titelseite von *Pogrom* ist in mehrfacher Hinsicht für den politischen Diskurs im Nachkriegsdeutschland wichtig, war es doch seltsamerweise der Biafrakrieg, der neben den Frankfurter Auschwitz-Prozessen (1963/1968) einen öffentlichen Diskurs über Auschwitz eröffnete, einen Diskurs, den es in der veröffentlichen Meinung in den 1950er Jahren überhaupt nicht gegeben hatte.

Genau diese Titelseite von *Pogrom* steht auch für das direkte oder indirekte Miteinander einer Kommunikation von oben und unten. Die PR-Manipulation von oben verband sich mit »spontaner« Basiskommunikation von unten und schaffte so in sich geschlossene Kommunikationssysteme. Dieser Verstärkerwirkung konnte sich kaum einer entziehen. Sie war erfolgreich in der Lage, die veröffentlichte Kriegsberichterstattung im Sinne der Regierung von Biafra zu beeinflussen und zu verändern.[5]

Nach dem gleichen Muster waren zahlreiche US-amerikanische PR-Agentu-

Abbildung 3.3 Der Auschwitz-Vergleich mit dem Biafrakrieg aus der Sicht der Gesellschaft für bedrohte Völker (GfbV) (1970)



Quelle: Pogrom 1970, Heft 4/5

ren im Kontext der verschiedenen Kriege in Ex-Jugoslawien in den neunziger Jahren aktiv, und sie waren es bis zur Unabhängigkeit des Kosovo. Zwei der PR-Agenturen, die schon im Biafrakrieg tätig waren, nämlich Burson-Marsteller und Ruder Finn, tauchten als erfolgreiche Kommunikationsspezialisten für Kriegsparteien in diesen Kriegen auf. So führte Ruder Finn von 1991 bis 1997 umfangreiche PR-Kampagnen für die Regierungen von Kroatien, Bosnien-Herzegowina und für die Führung der Kosovo-Albaner durch, Burson-Marsteller wurde von Sarajevo engagiert.

In einer systematischen Untersuchung über die Rolle US-amerikanischer PR-Agenturen in den jüngsten Balkankriegen zwischen 1991 und 2002 kommen die beiden Autoren u. a. zu folgenden Ergebnissen (vgl. Becker und Beham 2006).

1) Allein von 1991 bis 2002 waren 31 US-amerikanische PR-Agenturen und 9 PR-Einzelagenten für unterschiedliche Kriegs- und Konfliktparteien auf dem Balkan tätig.
2) Die Arbeit dieser insgesamt 40 PR-Firmen schlug sich in wenigstens 160 einzelnen Beraterverträgen nieder, der sich aus diesen ergebende Gesamtumsatz betrug wenigstens zwölf Millionen US-Dollar.
3) Die wichtigsten PR-Agenturen waren: Washington World Group, Ruder Finn, Jefferson Waterman International und Burson-Marsteller.
4) Zwischen diesen PR-Agenturen und der US-amerikanischen Politik und dem US-amerikanischen Militär gab und gibt es zahlreiche und hochrangige Personalverflechtungen, eine Art militärisch-industrieller-kommunikativer Komplex.

Diese von den Kriegsparteien engagierten PR-Agenturen arbeiteten im Wesentlichen mit folgenden Elementen, die sie formal und inhaltlich miteinander kombinierten: politische Propaganda, Lobby-Arbeit, Krisenkommunikation, Informationsmanagement, Management und Organisation einzelner Kampagnen, politische Kommunikationsberatung und -arbeit, generelle Beratung und Beobachtung von Gegnern und Öffentlichkeit. PR-Agenturen, die für nichtserbische Klienten arbeiteten[6], gaben u. a. folgende Ziele ihrer Arbeit an:

- die Anerkennung der Unabhängigkeit Kroatiens und Sloweniens durch die USA,
- die Wahrnehmung Sloweniens und Kroatiens als fortschrittliche Staaten westeuropäischen Zuschnitts,
- die Darstellung der Serben als Unterdrücker und Aggressoren,
- die Gleichsetzung der Serben mit den Nazis,
- die Formulierung des politischen Programms der Kosovo-Albaner,
- die Darstellung der Kroaten, der bosnischen Muslime und der Kosovo-Albaner als ausschließlich unschuldige Opfer,
- die Anwerbung von NGOs, Wissenschaftlern und Thinktanks für die Verwirklichung der eigenen Ziele,
- günstige Verhandlungsergebnisse für die albanische Seite in Rambouillet,
- eine Förderung von US-Investitionen in den jugoslawischen Nachfolgestaaten und
- die Abspaltung Montenegros von Serbien.

Wie die erfolgreiche Arbeit dieser PR-Agenturen en détail ablief, lässt sich gut an den Selbstaussagen von James Harff, einem führenden Manager in der PR-Agen-

tur Ruder Finn, entnehmen, also der Agentur, die gleich für drei unterschiedliche Kriegsparteien aus Ex-Jugoslawien gearbeitet hatte:

> »Es ist nicht unsere Aufgabe, Informationen auf ihren Wahrheitsgehalt hin zu überprüfen. Wir haben dafür nicht die nötigen Mittel. […] Unsere Arbeit besteht darin, Informationen auszustreuen und so schnell wie möglich in Umlauf zu bringen, damit die Anschauungen, die mit unserer Sache im Einklang stehen, als erste öffentlichen Ausdruck finden. Schnelligkeit ist hier die Hauptsache. Wenn eine Information für uns gut ist, machen wir es uns zur Aufgabe, sie umgehend in der öffentlichen Meinung zu verankern. Denn uns ist klar, dass nur zählt, was einmal behauptet wurde. Dementis sind dagegen völlig unwirksam.« (Merlino 1999, S. 156 und 154)

Als seinen größten PR-Erfolg bezeichnete James Harff, dass es ihm im Bosnienkrieg gelungen sei, »die Juden auf unsere Seite zu ziehen« (Merlino 1999, S. 155). Und in der Tat veröffentlichten drei der größten jüdischen Organisationen in den USA im August 1992 eine ganzseitige Protestanzeige in der *New York Times,* in der die Serben mit den Nazis und die Bosnier mit den Juden gleichgesetzt wurden. Danach, so Harff weiter, geschah folgendes:

> »Die Presse wandelte umgehend ihren Sprachgebrauch und verwendete ab sofort emotional stark aufgeladene Begriffe wie ethnische Säuberung, Konzentrationslager usw., bei denen man an Nazi-Deutschland, Gaskammern und Auschwitz denkt. Die emotionale Aufladung war so stark, dass niemand mehr eine gegenteilige Meinung vertreten konnte oder andernfalls Gefahr lief, des Revisionismus beschuldigt zu werden. Da haben wir voll ins Schwarze getroffen.« (Merlino 1999, S. 156)

Der Text dieser Anzeige des American Jewish Committee (AJC), des American Jewish Congress (AJC) und der Anti-Defamation League (ADL) ist mehr als bemerkenswert. Da heißt es u. a.:

> »Zu den blutigen Namen von Auschwitz, Treblinka und anderen Nazi-Todeslagern scheinen die Namen von Omarska und Brčko hinzuzufügen zu sein. […] Ist es möglich, dass fünfzig Jahre nach dem Holocaust die Nationen der Welt, unsere eingeschlossen, passiv dastehen und nichts tun und vorgeben, hilflos zu sein? […] Es sei hier betont, dass wir jeden notwendigen Schritt tun werden, inklusive den der Gewalt, um diesem Wahnsinn und dem Blutvergießen ein Ende zu setzen.«

Im Mechanismus gerade dieses Anzeigentextes, »aus Muslimen Juden zu machen« (Levy und Sznaider 2001, S. 181; generell zu Bosnien S. 178–184), sehen die beiden israelischen Sozialwissenschaftler Daniel Levy und Natan Sznaider in ihrer in-



STOP THE DEATH CAMPS

An Open Letter to World Leaders

The media have reported the existence of Serbian death camps in which humans, forcibly incarcerated because of their ethnicity, are once again being systematically slaughtered.

To the blood-chilling names of Auschwitz, Treblinka, and other Nazi death camps there seem now to have been added the names of Omarska and Brcko, where it is reported thousands have been starved, tortured and executed, and cremated as fodder for animals.

Is it possible that fifty years after the Holocaust, the nations of the world, including our own, will stand by and do nothing, pretending we are helpless?

In the name of every value we claim to hold sacred, we urge our government and the international community to act—through the United Nations, in cooperation with European allies, or alone, if all else fails—in getting these camps opened to inspection by international human rights organizations. We must make it clear that we will take every necessary step, including the use of force, to put a stop to this madness and bloodshed.

Every day we delay, innocent men, women and children will be slaughtered.

The American Jewish Committee
165 East 56th Street
New York, NY 10022

AJ Congress
15 East 84th Street
New York, NY 10028

ADL
823 United Nations Plaza
New York, NY 10017

Abbildung 3.4 Der Auschwitz-Vergleich mit dem Bürgerkrieg in Bosnien aus der Sicht des American Jewish Committee (AJC), des American Jewish Congress (AJC) und der Anti-Defamation League (ADL) (1992)

Quelle: The New York Times vom 5. August 1992, S. A14.

ternationale Aufmerksamkeit erregenden Studie *Erinnerungen im globalen Zeitalter: Der Holocaust* den entscheidenden Dreh- und Angelpunkt zu einer Globalisierung der Holocaust-Metapher. Zum einen wurde so der Holocaust zu einem universalen Container für Erinnerungen an unterschiedliche Opfer, zum anderen trug die Übertragung des Holocaust auf den Konflikt in Bosnien entscheidend zu dessen Entpolitisierung bei. Um eine Entpolitisierung handelte es sich insofern, als die abstrakte Zeitlosigkeit und die gleichermaßen abstrakte Ubiquität dieser Metapher davor schützten, sich mit den sehr konkreten politischen Konfliktmustern des bosnischen Bürgerkrieges auseinanderzusetzen.

Und wie beim Bürgerkrieg in Biafra, so gab es im Bosnienkrieg[7] einen inhaltlichen und zeitlichen Gleichklang zwischen einer PR-Agentur und einer NGO, und zwar den zwischen der PR-Agentur Ruder Finn und der Gesellschaft für bedrohte Völker (GfbV). Hatte der GfbV-Vorsitzende Tilman Zülch schon im Biafrakrieg formuliert, dass sich die Biafraner »in einer ähnlichen Situation befinden wie Polen und Juden 1944 im Warschauer Ghetto« (Zülch, 1968, S. 15), so eröffnete er 1993 sein Buch über den Bosnienkrieg mit folgendem Satz: »Hunderttausen-

de Europäer, bosnische Muslime, laufen wie die Juden in den 30er Jahren um ihr Leben« (Zülch 1993, S. 9).

Vor diesem argumentativen Hintergrund veranstaltete die GfbV am 14. November 1993 eine Kundgebung *Rettet Bosnien* am Glockenturm des ehemaligen KZ Buchenwald mit rund 2 500 Teilnehmern aus Bosnien, die sie mit Bussen aus dem Balkan nach Deutschland gebracht hatte. Auf dieser Großdemonstration sprachen mehrere Redner davon, dass »Bosnien-Herzegowina in ein Konzentrationslager verwandelt worden« sei, sie verwiesen auf den »schlimmsten Massenmord seit den vierziger Jahren« oder verwahrten sich mit Blick auf den gegenwärtigen Balkan gegen ein »nationalsozialistische[s] Prinzip der Schaffung rassenreiner Territorien« (zit. nach Elias 1993).

Freilich hatte die GfbV damals antifaschistische Erinnerungsarbeit missbraucht. Die Gedenkstätte Buchenwald fühlte sich von der GfbV falsch informiert, verwahrte sich auf das Schärfste gegen eine politische Instrumentalisierung und argumentierte zu Recht, man sei keine wohlfeile Plattform allein wegen der dann deutlich gesteigerten Aufmerksamkeit.

Doch diese äußerst pressewirksame Gleichsetzung der Morde in Bosnien mit faschistischen deutschen KZs sollte öffentliche Folgen haben. So übernahm der prominente linksliberale Publizist Freimut Duve, damals OSZE-Beauftragter für die Freiheit der Medien, den Srebrenica-Auschwitz-Vergleich, als er zwei Jahre später unter expliziter Bezugnahme auf die Eisenbahnrampe in Auschwitz, von der aus die ankommenden Gefangenen in das KZ getrieben wurden, auf der ersten Seite der *Zeit* titelte: *An der Rampe von Srebrenica* (vgl. Duve 1995, S. 1). 2002 hieß es sodann im Klappentext des wichtigsten deutschen Buches über das Massaker in Srebrenica: »In Srebrenica wurde der schlimmste Massenmord in Europa seit 1945 verübt« (Bogoeva und Fetscher 2002, Klappentext). Und weitere drei Jahre später hatte sich genau dieser Vergleich in Westeuropa endgültig zementiert. So untermalte im niederländischen Wahlkampf um den EU-Verfassungsvertrag 2005 die konservative Volkspartei VVD ihren (geplanten, aber nicht gesendeten) TV-Wahlspot *Die Gefahr liegt auf der Lauer* mit Bildern aus Auschwitz und Srebrenica, um offensichtlich zu sagen, dass ein Europa ohne Verfassung zum Holocaust zurückkehren würde (vgl. Kazmierczak 2005).

Mit diesen Zitaten, die ein Gemisch aus einerseits PR- und Pressemanipulationen und andererseits Desinformationskampagnen von NGOs hinsichtlich der exjugoslawischen Kriege zwischen 1992 und 2002 verdeutlichen, schließt sich ein argumentativer Kreis. Historisch gewachsene antiserbische Vorurteile sind nach wie vor virulent, und PR-Agenturen setzen diese Vorurteile systematisch und bewusst in einer manipulierten öffentlichen Kriegsmanipulation ein.

Gerade einem deutschen Wissenschaftler muss dieser Sachverhalt aus einem doppelten Grund besonders übel aufstoßen: 1. Es ist schon besonders perfide, ge-

rade das Balkanvolk, das am meisten unter den Nazis gelitten hat, heutzutage mit den Nazis gleichzusetzen. 2. Auch wenn man an der Einmaligkeits- und Unvergleichbarkeitsthese des deutschen Holocaust an den Juden Zweifel haben kann, da der Holocaust ansonsten sakralisiert würde, ist die Gleichsetzung des deutschen Holocaust mit jüngsten serbischen Verbrechen (wie der Ermordung von rund 8 000 bosnischen Männern im Sommer 1995 in Srebrenica)[8] in qualitativer und quantitativer Hinsicht völlig abwegig und absurd.

3.3 Zukunft

Vergangenheit konstituiert Gegenwart und Zukunft. Und noch kurz vor der einseitigen Unabhängigkeitserklärung des Kosovo Anfang 2008 konnte man in seriösen deutschen Zeitungen Sätze wie die folgenden finden: »Eine Militäraktion der serbischen Zentralregierung gegen die hauptsächlich von Albanern bewohnte Region wäre nicht auszuschließen« (Kröter 2007, S. 1). Oder: »Auf der serbischen Seite formieren sich zudem im Untergrund Freiwillige – noch unabhängig von der Regierung oder sogar gegen deren Willen. Sie wollen für ein serbisches Kosovo mit Waffengewalt kämpfen« (Rathfelder 2007, S. 11). Perpetuum mobile: Wiederum sind die gewalttätigen, kriegslüsternen Serben an allem schuld!

Die ganzen letzten Jahre hätte man der NATO gewünscht, sie hätte vor ihrer militärischen Intervention im ehemaligen Jugoslawien sehr gründlich den Roman *Die Brücke über die Drina* (1945) des Literaturnobelpreisträgers Ivo Andrić gelesen, denn dann hätte sie die Konflikte in Bosnien richtig und nicht wie bis auf den heutigen Tag falsch verstanden.

Eine der zentralen Erkenntnisse aus diesem Roman ist die, dass aus dem friedlichen *Nebeneinander* (nicht notwendigerweise ein *Miteinander*) verschiedener Gruppen in Bosnien erst dann ein kriegerischer Konflikt wurde, als die »Schwaben«, also Österreich-Ungarn, 1878 in Sarajevo eintrafen. Divide et impera. Ganz in diesem Sinne analysierte auch Hans Koschnik, von 1994 bis 1996 EU-Administrator für Mostar, die Sozial- und Kulturgeschichte des Balkan. Nach ihm war Bosniens Charakteristikum immer sein »ethnischer Flickenteppich«:

> »Doch der Versuch, national homogene Staaten zu schaffen, war das Todesurteil für das auf dem Balkan seit Jahrhunderten praktizierte Zusammenleben unterschiedlicher Bevölkerungsgruppen. Seit mehr als 1500 Jahren war dieses Miteinander oder doch geordnete Nebeneinander in Südosteuropa eingeübt worden – unter byzantinischer und osmanischer Herrschaft ebenso wie im Reich der Habsburger. Erst als in Europa die nachnapoleonische Ära anbrach und der ganze Kontinent dem Nationalismus als neuem Zeitgeist huldigte, zerbrach diese Lebensform.« (Koschnik 2001, S. 5)

Zunächst einmal nähert sich der jugoslawische Romancier Ivo Andrić Bosnien in seiner Novelle *Brief aus dem Jahre 1920* mit folgender Liebeserklärung:

> »Ja, Bosnien ist das Land des Hasses. Das ist Bosnien. Doch nach jenem seltsamen Widerspruch, der eigentlich gar keiner ist und sich bei aufmerksamer Betrachtung leicht erklären ließe, kann man ebenso gut sagen, dass es wenige Länder gibt, in denen man so viel festen Glauben, so viel erhabene Beständigkeit des Charakters, so viel Zärtlichkeit und leidenschaftliche Liebe, so viel Gefühlstiefe, Anhänglichkeit und unerschütterliche Ergebenheit und so viel Hunger nach Gerechtigkeit finden kann.« (Andrić 1964, S. 42)[9]

Seine *Brücke über die Drina* wiederholt diese Liebe zu Bosnien, und dieser epochale Roman wird ihm zu einem einzigartigen großen Appell an das Humane:

> »Wer weiß, vielleicht werden diese Unmenschen, die mit ihrem Tun alles ordnen, putzen, ändern und zurechtmachen, um es sofort danach zu verschlingen und zu zerstören, sich über die ganze Erde verbreiten, vielleicht werden sie aus der ganzen weiten Welt ein wüstes Feld für ihr sinnloses Bauen und henkerisches Vernichten machen, eine Weide für ihren unersättlichen Hunger und ihre unfassbaren Gelüste? Alles kann sein, eines aber kann nicht sein, dass die großen mitfühlenden Menschen ganz und für immer verschwinden, die nach Gottes Gebot dauerhafte Bauwerke errichten, auf dass die Erde schöner sei und der Mensch auf ihr leichter und besser lebe. Würden sie verschwinden, dann hieße dies, dass Gottes Liebe auf Erden ausgelöscht und verschwunden sei. Das kann aber nicht sein.« (Andrić 2003, S. 408)

Und wie kann das Humane – jenseits eines Jargons von inhaltsleeren Eigentlichkeiten – besser beschrieben werden als in der kleinen poetischen Form eines Liedes?

> »In diesem großen und seltsamen Kampfe, der in Bosnien Jahrhunderte lang zwischen den beiden Religionen und, unter dem Deckmantel der Religion, um das Land, die Macht und die eigene Lebensauffassung und Weltordnung geführt wurde, hatten die Gegner einander nicht nur die Frauen, Pferde und Waffen, sondern auch die Lieder abgenommen.« (Andrić 2003, S. 406)

Dialog und Versöhnung, Aussöhnung und Gespräch: Solche schwierigen sozialen Prozesse sind nur dann möglich, wenn alle daran Beteiligten sich an wenigstens folgende drei Regeln halten. Die erste Regel besagt, dass alle Seiten sich selbst befähigen sollen, sich empathisch in die Situation der anderen zu begeben. Die zweite Regel besagt, dass ein Zugang zu den anderen nur dann gelingen kann, wenn

man ihn mit Selbstkritik beginnt. Und drittens schließlich gibt es in jedem positiven wie auch negativen Dialog immer mehr als nur zwei Partner – auch Feindverhältnisse sind selten dichotomisch nur zwischen gut und böse strukturiert. Eben weil die meisten sozialen Verhältnisse mehrdimensional sind, erlauben sie die Überwindung eines eindimensionalen Freund-Feind-Denkens.

Zu schließen ist ein Nachdenken über Bosnien mit einer islamischen Perspektive in empathischer Richtung der vielen bosnischen Muslime, die im Bosnienkrieg durch serbische Milizen und serbisches Militär ermordet, gefoltert und gequält wurden. Das Wort Islam kommt aus dem arabischen Wort Silm und bedeutet soviel wie Versöhnung und Frieden, Hingabe und Gehorsam. Und deswegen heißt es in der fünften Sure des Koran:

> »Wer ein Leben schlägt ohne Not und ohne für ein anderes und ohne Krieg im Lande, dem soll es so gerechnet werden, als habe er die Menschen alle erschlagen. Wer aber eines nur erhält, dem soll es so gerechnet werden, als habe er erhalten alle Menschen.«

Diese poetische Koranübersetzung stammt aus der Feder des deutschen Dichters und Mitbegründers der deutschen Orientalistik Friedrich Rückert (1788–1866), und mit diesem Hinweis schließt sich ein weiterer argumentativer Kreis. Einerseits verweisen Gotthold Ephraim Lessings (1729–1781) aktive Kenntnisse des Koran (vgl. Niewöhner 2001, S. 83), Goethes dem Persischen nachempfundene Gedichtsammlung *Der West-Östliche Diwan* (1819) (vgl. Krippendorff 2010, S. 114–116) und Rückerts Koranübersetzung auf deren positives Interesse am Islam – andererseits zeugen Jacob Grimms Kontakte zu dem serbischen Sprachforscher Vuk Stephanović Karadžić und Goethes Übertragungen serbischer Lieder, die Johann Gottfried Herder (1744–1803) in seinen Volksliedsammlungen publizierte, von deren positivem Interesse an Serbien.

Deutsche Aufklärung und Romantik waren in ihren Wahrnehmungen und Sichtweisen sowohl Serbiens als auch des Islam weitsichtiger und vorurteilsfreier als die gegenwärtige deutsche Medienlandschaft.

3.4 Kriegsmarketing: Ethik und Talibanisierung der Medien

Dass es zwischen Öffentlichkeitsarbeit und Ethik vielfältige Querverbindungen gibt, wissen gerade PR-Firmen selbst sehr gut, haben sie doch solche Fragen in ihren eigenen Berufsverbänden ausführlich geklärt. PR-Ethik wird auf europäischer Ebene durch den Code d'Athènes (1965) und den Code de Lisbonne (1978) geregelt, für die USA durch den Code of Ethics der Public Relations Society of Ameri-

ca (PRSA) (2000). Für PR-Agenturen in Deutschland gelten verschiedene Richtlinien des Deutschen Rats für Public Relations (DRPR), dessen Träger die Deutsche Public Relations Gesellschaft e. V. (DPRG), die Gesellschaft Public Relations Agenturen e. V. (GPRA), der Bundesverband deutscher Pressesprecher (BdP) und die Deutsche Gesellschaft für Politikberatung e. V. (de'ge'pol) sind.

Für eine ethische Diskussion über die Tätigkeit US-amerikanischer PR-Agenturen, die während eines Krieges PR für kriegführende Regierungen betreiben, bietet sich eine Auseinandersetzung mit den allgemeinen ethischen Geboten aus dem PRSA-Kodex an. In der Präambel des PRSA-Kodex fühlen sich US-amerikanische PR-Firmen den Prinzipien des »öffentlichen Interesses als Vertreter ihrer Auftraggeber« und »dem höchsten Standard von Genauigkeit und Wahrheit ihren Auftraggebern gegenüber« verpflichtet. Als Leitprinzipien gegenüber den Auftraggebern gelten »Unabhängigkeit und Objektivität«. Zusammenfassend heißt es in dieser Präambel: »Wir sind treu gegenüber unseren Auftraggebern, fühlen uns aber gleichzeitig dem Prinzip der Öffentlichkeit verpflichtet.« In den an die Präambel anschließenden sechs Abschnitten geht es um die folgenden ethische Grundsätze: 1. Freier Informationsfluss (akkurat, wahrhaftig, öffentliches Interesse, ehrlich, vorurteilsfrei), 2. Wettbewerb (gesund, fair, robust), 3. Offenheit (offene Kommunikation, wissend, demokratisch), 4. Vertrauen (angemessener Schutz, vertraulich, privat), 5. Interessenskonflikte (vermeiden), 6. Berufsbild (positiv stärken).

Es gibt nur eine und zwar eine eindeutige Schlussfolgerung: In den Balkankriegen haben US-amerikanische PR-Agenturen in sehr grober Weise gegen die wichtigsten ethischen Prinzipien des amerikanischen Berufsverbandes verstoßen. Noch viel schärfer kritisierte solche Verstöße die Deutsche Journalisten Union (dju) in der Gewerkschaft ver.di. Als Anfang 2002 offiziell bekannt wurde, dass die US-Regierung PR-Unternehmen beauftragt hatte, um die weltweite Öffentlichkeit und ihre Medien bei der Wahrnehmung und Interpretation militärischer Aktionen zu beeinflussen, nannte sie das zu Recht eine »Talibanisierung der Medien«.

»Europa kann Nein zu Amerika sagen«

4

Die Berichterstattung über den Irakkrieg in deutschen und türkischen Zeitungen (2003)

4.1 Vorbemerkungen

Im Folgenden wird exemplarisch untersucht, wie ausgewählte Zeitungen die Vorbereitungen auf den US-amerikanisch-britischen Angriff und den Krieg im Irak wahrgenommen und kommuniziert haben. Dabei werden quantitative und qualitative Methoden benutzt, Vergleiche zur Medienberichterstattung während des Zweiten Golfkrieges und zu Ergebnissen aus anderen Analysen gezogen. Angesichts der starken Ablehnung gegen den Krieg sowohl bei einem Großteil der deutschen als auch der türkischen Bevölkerung soll auch danach gefragt werden, welche Argumentationsmuster jenseits der direkten Kriegsdiskussion in den untersuchten Medien dominieren. Untersuchungsgegenstand sind die beiden deutschen Tageszeitungen *Frankfurter Allgemeine Zeitung (FAZ)* und *Bild-Zeitung* und die beiden türkischen Tageszeitungen *Hürriyet* und *Zaman*.[1]

Nach der Süddeutschen Zeitung aus München ist die *Frankfurter Allgemeine Zeitung* mit einer Auflage von rund 320 000 Stück die zweitgrößte überregionale Tageszeitung in Deutschland. Von ihrer Geschichte, Reputation und publizistischen Bedeutung her ist diese liberal-konservative Zeitung eine der bedeutendsten Zeitungen Deutschlands. Durch die hohe Anzahl eigener Korrespondenten kann die *FAZ* weitgehend unabhängig von Nachrichtenagenturen über politische, wirtschaftliche und kulturelle Entwicklungen in der ganzen Welt berichten. Seit einigen Jahren steckt die *FAZ* in einer großen strukturellen Krise: sinkende Auflagen, dramatischer Rückgang junger Leser, Rückgang des Anzeigenvolumens.

Die außerdem untersuchte *Bild-Zeitung* aus dem Axel-Springer-Konzern ist Branchenführer bei den deutschen Boulevardzeitungen. Zur Zeit des Irakkrieges hatte *Bild* täglich mehr als vier Millionen Käufer.

Die türkische Tageszeitung *Hürriyet* gehört zum Wirtschafts- und Medienkonzern von Aydin Doğan in Istanbul. Mit den TV-Sendern *Kanal D* und *Euro D,*

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_4,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

der Filmproduktionsfirma *Vatan,* den beiden Radiosendern *Foreks* und *Radio Radikal D,* den Tageszeitungen *Hürriyet, Milliyet, Radikal* und der Sportzeitung *Fanatik* ist die Doğan-Gruppe in der Türkei der mächtigste Medienkonzern mit ausgesprochen einflussreichen Verbindungen bis in die höchste türkische Staatsspitze hinein. Mit einer Auflage von rund 400 000 Stück pro Tag ist *Hürriyet* eine der drei auflagenstärksten Zeitungen der Türkei. Täglich wird sie in die USA und mehrere Länder in Europa versand. Ein Drittel des Seitenumfangs von *Hürriyet* ist im Boulevardformat geschrieben, die anderen zwei Drittel entsprechen in Aufmachung und Inhalt einer Qualitätszeitung. In Deutschland ist die Deutschlandausgabe von *Hürriyet* mit einer täglichen verkauften Auflage von rund 23 000 Stück verbreitet.

Die türkische Zeitung *Zaman* gehört wie der TV-Kanal *Samanyolu TV,* das monatliche Kulturmagazin *Sizinti,* die religiöse Vierteljahresschrift *Die Fontäne* (in deutsch) (www.fontaene.de) und die Nachrichtenagentur *Cihan* zur Mediengruppe des islamischen Bildungsnetzwerks um Fethullah Gülen.[2] *Zaman* zielt auf eine islamische Elite, tritt für einen modernen und weltoffenen Islam ein und betont (wie ihr religiöser Gründer) die allgemeine Bedeutung von Bildung und Erziehung. *Zaman* ist keine Boulevardzeitung, vielmehr macht sie optisch einen sehr modernen Eindruck, im Layout durchaus vergleichbar der deutschen Wochenzeitung *Die Zeit. Zaman* erscheint in verschiedenen Sprachen mit einer weltweiten täglichen Auflage von über einer Million Stück, es ist die auflagenstärkste Zeitung der Türkei. Die Deutschlandausgabe von *Zaman* hat eine verkaufte Tagesauflage von knapp 30 000 Exemplaren.

Sehr wohl und mehr als kritisch um die Schwächen einer quantitativ orientierten Inhaltsanalyse wissend, haben wir uns dennoch dazu entschlossen, diese Methode (als eine von mehreren) für die vorliegende Untersuchung zu benutzen. Das geschieht aus folgenden Gründen. Zum einen soll eine Vergleichbarkeit mit anderen Analysen hergestellt werden können und zum anderen kann auf diese Weise die große Textmenge reduziert werden. Schließlich kann eine quantitative Inhaltsanalyse eine an deren Ergebnisse anknüpfende qualitative Analyse vorstrukturieren helfen. Bei unserer qualitativen Analyse stehen wir in der Tradition der Ideologiekritik im Kontext der Kritischen Theorie, wie sie exemplarisch von Jürgen Ritsert (1972) operationalisiert worden ist.

Für die Inhaltsanalyse untersuchten wir für alle vier Zeitungen[3] die folgenden Tage (alle aus dem Jahr 2003): 1. Periode (Bericht von US-Außenminister Colin Powell an den UN-Sicherheitsrat): 5., 6. und 7. Februar; 2. Periode (Zerwürfnis beim NATO-Treffen): 10. und 11. Februar; 3. Periode (Bericht des Vorsitzenden der UN-Rüstungskontrollkommission Hans Blix an den UN-Sicherheitsrat): 14., 15. und 16. Februar; 4. Periode (Bericht des Vorsitzenden der UN-Rüstungskontrollkommission Hans Blix an den UN-Sicherheitsrat): 7. und 8. März; 5. Periode

(Spitzentreffen auf den Azoren mit einem Ultimatum an den irakischen Präsidenten Saddam Hussein): 16., 17. und 19. März; 6. Periode (Angriff auf den Irak): 20., 21. und 22. März; 7. Periode (der Fall von Bagdad): 8., 9. und 10. April; 8. Periode (US-Präsident George W. Bush erklärt das Ende des Krieges.): 2., 3. und 4. Mai.

Unsere quantitative Inhaltsanalyse dupliziert methodisch eine Akteursanalyse, wie sie von einer Gruppe von Wissenschaftlern bereits während des zweiten Golfkriegs mit Erfolg angewandt wurde (InterKom 1993). Gezählt wurden alle Artikel, in denen der Irakkrieg/-konflikt eines der Hauptthemen war. Für die Textsorten Nachricht – Reportage – Kommentar – Leserbrief und O-Ton (d. h. Veröffentlichungen von dritter Seite, z. B. UN-Erklärungen) wurden folgende inhaltlichen Dimensionen quantitativ codiert: Akteure (d. h. Handlungsträger), die Zuschreibung von Verantwortung für den Krieg für die beiden Akteure USA und Irak (unklar – beide – Irak – USA), die Haltung zum Krieg (gerechtfertigt – nicht gerechtfertigt – abwägend – keine Aussage) und die Parteinahme (keine Aussage – ambivalent – Irak – USA). In die Akteursliste wurden maximal die drei wichtigsten Hauptakteure pro Artikel gleichwertig aufgenommen, also für die Analyse keiner weiteren Gewichtung unterzogen. Bei der *FAZ* waren das auf diese Weise 575, bei der *Bild-Zeitung* 228, bei *Hürriyet* 305 und bei *Zaman* 216 Artikel. Insgesamt liegen dieser Analyse also 1 324 Artikel zugrunde.

4.2 Quantitative Analyse von *FAZ* und *Bild-Zeitung*

Ein bemerkenswerter Unterschied zwischen *FAZ* und *Bild-Zeitung* zeigt schon ein erster Blick. Während bei der *FAZ* knapp 58 Prozent der Artikel auf die fünf Perioden vor Kriegsbeginn entfallen, zeichnet sich bei der *Bild-Zeitung* das genau umgekehrte Bild ab. Bei ihr nämlich fallen über 57 Prozent der Artikel auf die Kriegsphase. Während also die *FAZ* als Qualitätspresse ihre selektive Aufmerksamkeit prioritär den Kriegsursachen und -bedingungen vor den kriegerischen Handlungen widmet, kapriziert sich *Bild* als Boulevardpresse auf das Muster von Crime and Action, also auf die Kriegshandlungen selbst.

Bei der Nennung der Hauptakteure zeigt sich sowohl für die *FAZ* als auch für die *Bild-Zeitung* eine sehr klare Dominanz des Irak. In der *FAZ* ist der Irak mit 27,6 Prozent aller Akteursnennungen der wichtigste Akteur und mit 24 Prozent aller Nennungen in der *Bild-Zeitung.* In der *FAZ* folgt auf dem zweiten Rang die USA mit 20,3 Prozent und auf dem dritten Rang Deutschland mit knapp 10 Prozent. Bei *Bild* nimmt den zweiten Rang Deutschland mit 14 Prozent Anteil ein und den dritten Rang die USA mit 11 Prozent. Dieses Ergebnis spiegelt die zu erwartende und nicht weiter verwunderliche, dichotomische Zuspitzung auf die beiden Kriegskontrahenten USA und Irak wider. Es fällt freilich auf, dass in beiden Zei-

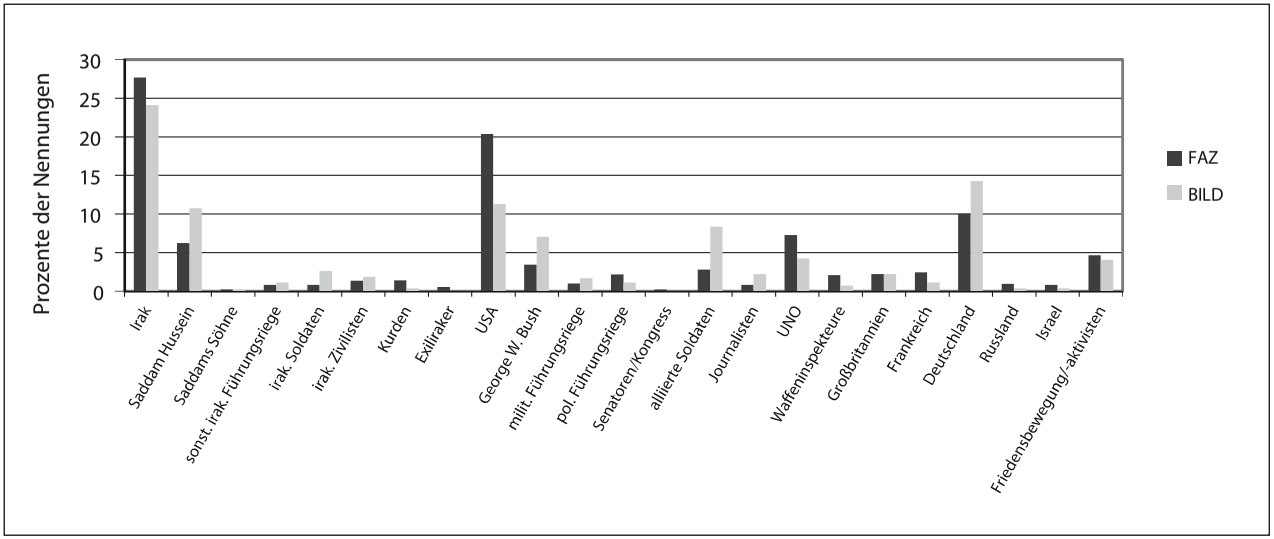
tungen der wichtigste US-Partner, nämlich Großbritannien, nur wenig Beachtung findet. Der hohe Anteil Deutschlands in der Berichterstattung ist durch die Verortung der beiden Blätter in Deutschland erklärbar, aber auch durch die Thematisierung der Antikriegshaltung der deutschen Regierung und die Diskussion um Auswirkungen auf die deutsche Innenpolitik und die deutsche Volkswirtschaft.

Bei den beiden Hauptwidersachern Saddam Hussein und George W. Bush zeigt sich die stärkere Personalisierung im Boulevardmedium *Bild-Zeitung* sehr deutlich. Der Anteil von George W. Bush mit 7 Prozent der Akteursnennungen in der *Bild-Zeitung* ist gegenüber der *FAZ* mit 3,42 Prozent mehr als doppelt so hoch, und auch der Anteil von Saddam Hussein liegt mit 11 Prozent in der *Bild-Zeitung* sehr deutlich über dem Wert in der *FAZ* mit dort 6,24 Prozent der Nennungen. Bei der *Bild-Zeitung* fällt auf, dass die alliierten Soldaten mit 8,3 Prozent Anteil gegenüber 2,82 Prozent in der *FAZ* eine besonders starke Beachtung finden. Diese Form der selektiven Wahrnehmung hängt mit dem kriegerischen Aktionismus der *Bild-Zeitung* zusammen, und damit, dass die *Bild-Zeitung* täglich ein Kriegstagebuch veröffentlichte und somit vorgab, direkt, authentisch und hautnah von der Front zu berichten.

Gegenüber dem Irak und den USA und gegenüber Saddam Hussein und George W. Bush finden die Vereinten Nationen mit ihren Bemühungen und den Diskussionen im Sicherheitsrat sowohl in der *FAZ* mit 7,2 Prozent Anteil der Nennungen als auch in der *Bild-Zeitung* mit 4,3 Prozent einen nur sehr geringen Aufmerksamkeitsgrad. Auch die Friedensbewegung spielt mit 4,6 Prozent Anteil in der *FAZ* und 4,1 Prozent in der *Bild-Zeitung* eine ebenfalls nur geringe Rolle. Zur Friedensbewegung findet man in beiden Zeitungen in erster Linie Berichte und Ankündigungen zu Aktionen. In der *FAZ* gibt es aber auch einzelne Hintergrundberichte über die Friedensbewegung und eine Beschäftigung mit ihren Argumenten. Bei der *Bild-Zeitung* fällt auf, dass die Friedensbewegung, so sie überhaupt erwähnt wird, in personalisierter Form vorkommt. Generell fällt außerdem auf, dass andere große und wichtige internationale Akteure wie Großbritannien, Frankreich oder Russland sowohl in der *FAZ* als auch in der *Bild-Zeitung* keine große Beachtung finden. Für beide Zeitungen und bei der Darstellung beider Länder lässt sich festhalten, dass bei den handelnden Personen Hussein und Bush derart intensiv im Vordergrund stehen, dass alle übrigen Personen/Akteure fast ausgeblendet werden.

Differenziert man die irakischen Akteure, guckt man also danach, wie die von uns untersuchten Zeitungen die Binnenkräfte innerhalb des Irak wahrnehmen, so zeigt sich die dominante Position von Saddam Hussein bei der *FAZ* mit einem Anteil von 55 Prozent aller Nennungen und mit 64 Prozent bei der *Bild-Zeitung* mehr als deutlich. Dieses Ergebnis korrespondiert mit dem bereits gesagten. Wie Abbildung 4.1 bereits zeigt, wird der abstrakte Begriff Irak häufiger als Akteur ge-

Abbildung 4.1 Die Hauptakteure in *FAZ* und *Bild-Zeitung*



Quelle: eigene Erhebung

nannt als konkrete andere irakische Akteure. In der *FAZ* wurde der abstrakte Begriff Irak fast zweieinhalbmal so oft verwendet wie alle anderen irakischen Akteure zusammen. Bei der *Bild-Zeitung* liegt dieser Anteil nur knapp eineinhalbmal so hoch.

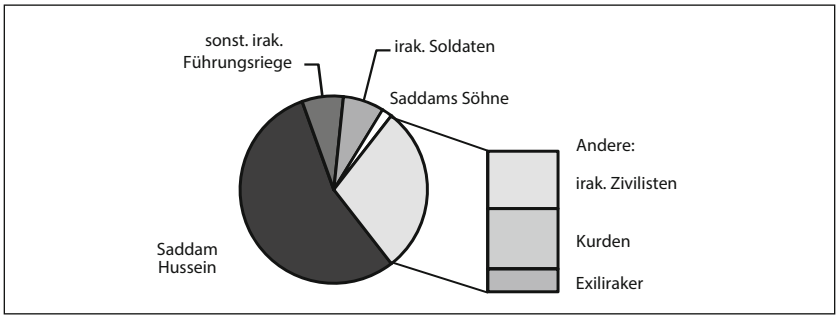
Im Vergleich von *Bild-Zeitung* zu *FAZ* fällt zum einen auf, dass der Anteil der irakischen Soldaten als Akteure mit 15 Prozent bei der *Bild-Zeitung* gegenüber nur 7 Prozent bei der *FAZ* mehr als doppelt so hoch ist. Das erklärt sich durch die Frontberichterstattung der *Bild-Zeitung* und das tägliche Kriegstagebuch. Exiliraker, Kurden[4] oder gar irakische Zivilisten finden sowohl in der *FAZ* als auch in der *Bild-Zeitung* eine nur sehr geringe Beachtung. Die Binnenperspektive auf die nur irakischen Akteure zeigt einen prägnanten Unterschied zwischen beiden Zeitungen. Während bei der *FAZ* Exiliraker, Kurden und irakische Zivilisten auf insgesamt 29 Prozent kommen, liegt dieser Wert bei der *Bild-Zeitung* bei weniger als der Hälfte, bei nämlich nur 13 Prozent.

Auch die Binnensicht nur auf die US-amerikanisch-britischen Akteure zeigt für *FAZ* und *Bild* ein unterschiedliches Bild. Während bei der *FAZ* George W. Bush mit 28 Prozent Anteil klar in Führung liegt, nehmen bei der *Bild-Zeitung* die alliierten Soldaten mit 41 Prozent den ersten Rang ein: Wiederum eine statistische Spiegelung der Tatsache, dass *Bild* eine starke Frontberichterstattung betreibt und täglich Kampfhandlungen aus dem Kriegstagebuch veröffentlicht. Die Berichte in ihrer Vehemenz noch übertrumpfend, zeigt gerade die Bildwahl der *Bild-Zeitung* eine deutliche Konzentration auf Kriegsmaterial und Soldaten – auch wenn es sich dann im konkreten Fall *nur* um einen schwerbewaffneten Polizisten handelt.

In der Aufmerksamkeitsverteilung bei den Akteuren steht in der *Bild-Zeitung* George W. Bush nach den Soldaten an zweiter Stelle, aber der Anteil von 35 Prozent liegt deutlich über dem entsprechenden Wert in der *FAZ*. Parallel zur bevorzugten Wahrnehmung von Saddam Hussein zeigt sich auch in diesem Charakteristikum eine Tendenz zur Personalisierung, wie sie für die Boulevardpresse bekannt ist. Dieser Tendenz entsprechend wird der Hauptkriegspartner Großbritannien in der Berichterstattung der *Bild-Zeitung* in erster Linie personalisiert durch Tony Blair dargestellt. Bei der *FAZ* liegt der Anteil mit 19 Prozent sogar deutlich über dem Wert bei der *Bild-Zeitung* mit 11 Prozent. Generell gilt jedoch, dass in der Berichterstattung die USA die Akteure auf US-amerikanisch-britischer Seite deutlich dominieren. Deutlich schlagen dabei bei der *FAZ* auch Hintergrundberichte und Portraits zur politischen und militärischen Führungsriege der USA zu Buche, während bei der *Bild-Zeitung* diese beiden Akteure nur auf medialen Nebenschauplätzen erwähnt werden.

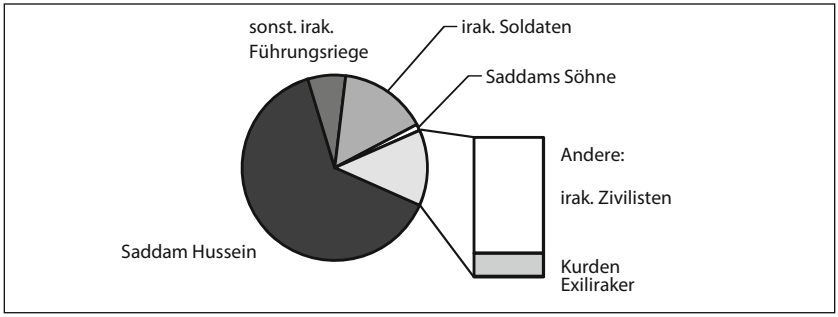
Eine Medienpräsenz der US-amerikanischen Innenpolitik zum Irak-Thema ist sowohl in der *FAZ* als auch in der *Bild-Zeitung* verschwindend gering. Die *FAZ* listet den abstrakten Gesamtakteur USA 1,7 mal so häufig auf wie alle anderen kon-

Abbildung 4.2 Binnensicht der irakischen Akteure in der *FAZ*



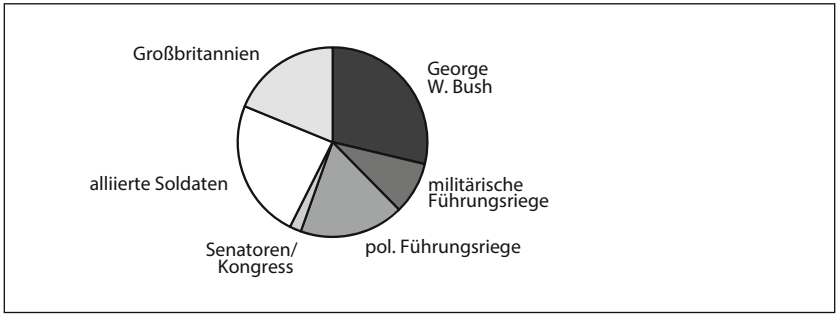
Quelle: eigene Erhebung

Abbildung 4.3 Binnensicht der irakischen Akteure in der *Bild-Zeitung*



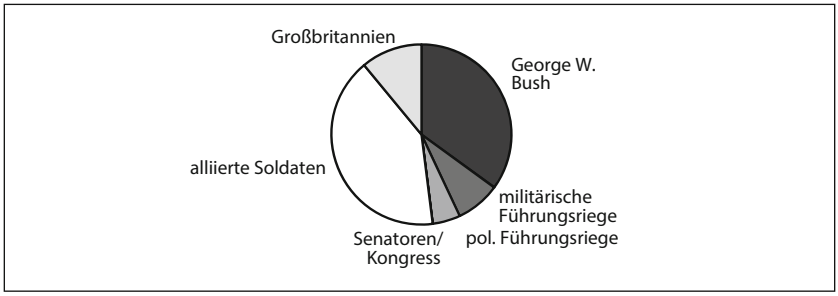
Quelle: eigene Erhebung

Abbildung 4.4 Binnensicht der US-amerikanisch-britischen Akteure in der *FAZ*



Quelle: eigene Erhebung

Abbildung 4.5 Binnensicht der US-amerikanisch-britischen Akteure in der *Bild-Zeitung*



Quelle: eigene Erhebung

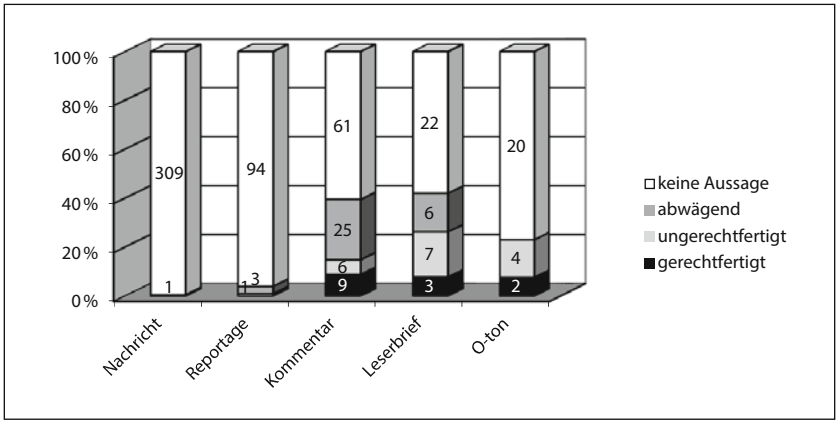
kreten US-amerikanischen Akteure zusammen, während bei der *Bild-Zeitung* alle anderen konkreten US-amerikanischen Akteure zusammen genommen 1,8 mal so oft genannt werden wie die USA als kollektiver Akteur.

Bei einer Bewertung des Krieges sind beide Zeitungen sehr zurückhaltend. Für die beiden Textsorten Nachricht und Reportage ist dies auch durchaus angemessen. Trotz reißerischer Schlagzeilen und Bildunterschriften bei der *Bild-Zeitung* wird in dieser Boulevardzeitung im Text selbst nicht weniger neutral berichtet als in der Qualitätszeitung *FAZ*. Die bewertende Zurückhaltung in der Textsorte Kommentare ist darauf zurückzuführen, dass sich die Kommentatoren mehr über das Verhalten der deutschen Regierung in der Außenpolitik äußern – die sie als Innenpolitik verurteilen – als sich Gedanken über irgendeine Rechtfertigung des Krieges zu machen. Die Zeitungen begehen also denselben Fehler, den sie der Regierung vorhalten: Beide Institutionen, sowohl die Presse als auch die Regierung, betreiben Innenpolitik und beschäftigen sich wenig mit der Situation im Irak, besonders mit jener vor Kriegsausbruch. Generell lässt sich festhalten, dass Artikel, die eher die Kriegspolitik der USA und Großbritanniens befürworten, sich mit jenen Artikeln, die diese Politik verurteilen, fast die Waage halten.

Die Abbildungen 4.6 und 4.7 zeigen die Haltungen beider Zeitungen zum Krieg. Dabei geben die Zahlen in den Balken die absolute Zahl der analysierten Artikel mit der jeweils spezifischen Bewertung wieder, während auf der linken Seite die kumulierten Prozente innerhalb einer Textsorte abzulesen sind.

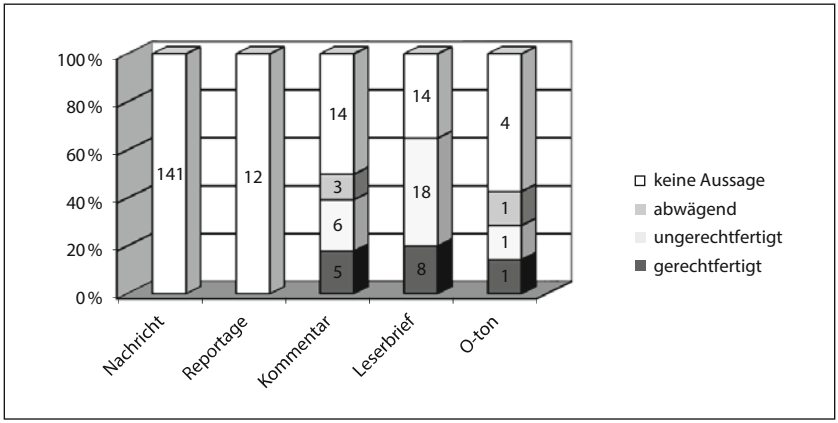
Bei der Frage nach einer Parteinahme für oder gegen den Krieg, also bei der Frage nach einer Rechtfertigung des Krieges, sprechen beide Zeitungen eine sehr klare Sprache: Sie treffen meist überhaupt keine Aussage. Bei der *FAZ* wird innerhalb eines Artikels deutlich abwägend argumentiert, während die *Bild-Zeitung*

Abbildung 4.6 Haltung zum Krieg in der *FAZ*



Quelle: eigene Erhebung

Abbildung 4.7 Haltung zum Krieg in der *Bild-Zeitung*



Quelle: eigene Erhebung

klarer auf eine Aussage zuspitzt. Allerdings halten sich – wie bereits erwähnt – unterschiedliche Meinungen die Waage.

Wenn Partei ergriffen wird, dann fast durchgehend für die USA. In der *FAZ* gibt es nur einen einzigen Kommentar und nur einen einzigen Leserbrief, die sich für die Position des Irak aussprechen; in der *Bild* gibt es eine positive Parteinahme für den Irak in einem Kommentar und in zwei Leserbriefen. Diesen fünf Artikeln stehen aber 30 Parteinahmen für die USA gegenüber.

4.3 Qualitative Analyse von *FAZ* und *Bild-Zeitung*

Für die *Bild-Zeitung* beginnt der Irakkrieg am 6. Februar 2003 mit einer 7 cm großen Schlagzeile auf Seite 1: *Jetzt Krieg* (und in viel kleineren Buchstaben darüber gesetzt die Zeile: *Terror-Beweise gegen Saddam*). Noch im Vorfeld des Krieges heißt dann die Schlagzeile von *Bild* am 19. Februar: *Irakkrieg – Kanzler umgefallen?* Ob der deutsche Bundeskanzler Gerhard Schröder umgefallen sei, bezieht sich darauf, ob er sein Nein zum Krieg aufrechterhalten wird. Politisch richtungsweisend für *Bild* ist die bald darauf folgende vierteilige Serie des konservativen Publizisten Arnulf Baring mit dem programmatischen Titel *Deutschland braucht Amerika.* Martialisch, und dieses mal mit 9 cm großen Lettern, heißt es am 21. März: *Krieg!* und *Bagdad brennt* mit 6 cm Größe am 22. März. (In dieser Zeit titelt der *Express,* eine regionale Boulevardkonkurrenz der *Bild-Zeitung* in Köln und Düsseldorf, in 6 cm Größe *Marsch auf Bagdad, Bomben auf Saddam, Bagdad brennt* und *Saddams Psycho-Krieg.*) Das Boulevardmedium gibt nur vor zu berichten, in Wirklichkeit geht es aber um den heimlichen Genuss von Gewalt, Größe und Militär.

Und man sollte wissen, dass die *Bild-Zeitung* selbst sehr wohl weiß, was sie tut. Schon 1966 veröffentlichte sie eine wissenschaftliche Analyse über sich selbst, in der es ideologiekritisch und ganz in der Tradition der Kritischen Theorie heißt: »*Bild* geht auf die verborgenen Wünsche und Antriebe der Leser ein, indem ein gewisses Maß an Sensationen und Sex, an Berichten von Unglücksfällen und Verbrechen vorgestellt wird. Der Leser hat so die Möglichkeit, seine Es-Ansprüche ersatzweise zu befriedigen, ohne dass er damit den eigenen Bestand und das gesellschaftliche Gefüge gefährdet« (*Bild-Zeitung* 1966, S. 192).

Doch zum ersten Mal in der Geschichte der *Bild-Zeitung* passierte während des Irakkrieges etwas, mit dem niemand gerechnet hatte: Journalisten und Leser verweigerten sich der positiven Parteinahme für die Kriegsführung durch die USA. Was Hans-Magnus Enzensberger in anderem Zusammenhang schon für die norwegische Presselandschaft beobachtet hatte (2002), traf im Irakkrieg auch für die *Bild-Zeitung* zu: Die Leser waren weitaus besser als ihre Zeitung. Am 31. März 2003 distanzierte sich der Gesamt- und Konzernbetriebsrat der Axel

Springer AG in einer öffentlichen Erklärung von der »überwiegend einseitigen Berichterstattung über den Krieg im Irak« durch Zeitungen des eigenen Verlages, rügte die platte Übernahme US-amerikanischer Propaganda, die fehlende Berichterstattung über weltweite Friedensdemonstrationen und die journalistische Tolerierung des Völkerrechtsbruchs durch die USA. Da schon im Januar 2003 81 Prozent der deutschen Bevölkerung einen Militärschlag gegen den Irak abgelehnt und sich diese Antikriegsstimmung in den ersten Kriegstagen keineswegs geändert hatte, da sich Ende März vielmehr immer noch 84 Prozent der Deutschen gegen einen Krieg ausgesprochen hatten, musste sich die *Bild-Zeitung* diesem Trend anpassen und völlig umschalten. Nun gab es sogar eine Ausgabe, in der unter der Überschrift »So reagiert die Welt auf den Angriff« nur noch Irakkriegsgegner zu Wort kamen: Wladimir Putin, Jacques Chirac, Kofi Annan, Romano Prodi, Papst Johannes Paul II. und die Volksrepublik China.

In einer zweiten Phase ihrer Kriegsberichterstattung tat die *Bild-Zeitung* endlich das, was ihr der Schweizer *Blick* bereits am 27. März 2003 vorexerziert hatte. Als Aufmacher hatte diese Boulevardzeitung ihrer ersten Seite die Überschrift *Die Wut auf Bush wächst* gegeben, und im Blattinneren hatte sie rund sechzig Antikriegsleserbriefe veröffentlicht. Erst in dieser zweiten Phase finden sich nun auch kritische Leserstimmen in *Bild.* George W. Bush wird in diesen Briefen zum Feindbild, ein Leser zeigt sich »entsetzt« über die Führungsetage im Weißen Haus und ein anderer Leser ist »stolz auf unseren Kanzler«.

Zwar setzt die *Bild-Zeitung* auf ihrer ersten Seite am 10. April 2003 ihre Headline *Sieg* mit 11 cm Größe noch zwei Zentimeter größer als das Wort *Krieg!* am 21. März mit 9 cm, doch zeigt sie ihren geläuterten »Pazifismus« am 8. April: Da findet sich auf der letzten Seite dieser Zeitung sogar eine Abbildung des berühmten Guernica-Bildes (1937) von Pablo Picasso mit einer ausführlichen Hommage an diesen großen Maler, Pazifisten (und Kommunisten). Und *Bild* vergisst in diesem Text nicht den Hinweis auf das mehr als makabre Schauspiel, als die Kopie gerade dieses Bildes im UN-Hauptgebäude in New York während der Rede von US-Außenminister Collin Powell am 11. Februar 2003 verhängt wurde, um die USA mit einem pazifistischen Bild nicht zu verärgern und um mehr als eine Milliarde TV-Zuschauer nicht auf den Widerspruch zwischen Powells Kriegsrede und Picassos Aufschrei gegen Krieg aufmerksam zu machen.

Konträr zu *Bild* beginnt der Krieg für die *FAZ* völlig unspektakulär, fast herablassend und alle Gefahren herunterspielend. Weder am 5. noch am 6. Februar 2003 widmet die *FAZ* ihren Hauptkommentar auf der ersten Seite dem Irakkrieg. Und im Blattinneren spürt man überall das Bemühen um gediegene Ausgewogenheit, eine Linie, die die *FAZ* bis zum Kriegsende durchhält. Der 5. Februar wird auf Seite 5 eine ganzseitige bunte Anzeige der Emirates-Fluggesellschaft mit einem großen Porträt von Scheich Ahmed Bin Saeed Al Maktoum und dem deut-

schen Fußballidol Franz Beckenbauer veröffentlicht. Es folgen zwei abwägende Leserbriefe zu einem möglichen Irakkrieg, ein Artikel über die Gefahren des Antiamerikanismus von Janusz Reiter, dem früheren polnischen Botschafter in Deutschland, und im Feuilleton der *FAZ* dann ein Exempel für streitbaren Qualitätsjournalismus: ein Artikel des englischen Schriftstellers Ian McEwan pro und ein Artikel der indischen Autorin Arundhati Roy contra Krieg.

Der Leitartikel auf Seite 1 der *FAZ* vom 10. Februar 2003 spricht zum ersten Mal vom Irakkrieg, aber – typisch für die deutsche Debatte – nicht aus außen-, sondern aus innenpolitischer Perspektive, geht es doch in diesem Kommentar um die schlechte Performance der Berliner SPD-Regierung unter Bundeskanzler Gerhard Schröder. Und hier wirft die konservative *FAZ* dem sozialdemokratischen Kanzler im Kontext seines Nein zu einem Irakkrieg vor: »Der Bundeskanzler ist zur Zeit kein Gesprächspartner für Washington. Das gab es noch nie in der Geschichte seit dem Zweiten Weltkrieg.« Auf dieser vorwurfsvollen Linie gegenüber deutschen Kriegsgegnern verbleibt die *FAZ* bis zu Kriegsende. Im Leitartikel vom 9. April heißt es verächtlich-ironisch, dass solche Kriegsgegner in einer selbstverliehenen Aura lebten, in der sie glaubten, »Konflikte mit friedlichen Mitteln lösen zu können«. Und am folgenden Tag heißt es genauso verächtlich, dass jetzt die Iraker entscheiden müssten, ob der Krieg gerechtfertigt gewesen sei, aber »nicht jene, die glauben, es besser zu wissen und für die Iraker (und gegen die Amerikaner) sprechen zu müssen.«

In der für die *FAZ* bewährten klassischen Arbeitsteilung – konservativ im Politik-, aber liberal im Kulturteil – veröffentlichte diese Zeitung schon im Feuilleton vom 10. Februar 2003 ihren ersten Medienartikel über den Irakkrieg, nämlich einen Essay über *embedded journalism.* Die *FAZ* als Paradebeispiel des Beobachters, der sich selbst beobachtet: Es folgen z. B. Essays über die Kriegsberichterstattung aus der Sicht des irakischen Fernsehens (28. März), die Medienberichterstattung während des Zweiten Golfkriegs von 1991 (1. April), die visuelle Bedeutung des Bildes von George W. Bush auf dem US-Flugzeugträger Abraham Lincoln (6. Mai) oder schließlich am 14. April 2003 die Kurzfassung einer Studie über die Irakkriegsberichterstattung im deutschen Fernsehen, die die Feuilleton-Abteilung der *FAZ* bei dem Forschungsinstitut Medien-Tenor selbst in Auftrag gegeben hatte (Kegel 2003).

Wir sind alle Amerikaner: Dieses war der politische und mediale Tenor in Deutschland und insbesondere in der *Bild-Zeitung* im September 2001 nach dem Anschlag auf das World Trade Center. Dagegen heißt es im Feuilleton der *FAZ* am 21. März 2003: *Wir alle sind Gilgamesch,* ein wissenschaftlich fundierter Artikel verweist auf die kulturhistorischen Wurzeln des jungen Europa im alten Orient. Und wie bereits im Afghanistankrieg, so glänzt auch im Irakkrieg die *FAZ* mit ihren seit Lan-

gem bekannten und gepflegten Spezialisten, Fachjournalisten und Wissenschaftlern, die selbst aus dem Orient kommen oder über ihn kompetent schreiben. Und es war keine geringere als die Grande Dame der deutschen Orientalistik, nämlich die am 27. Januar 2003 verstorbene Annemarie Schimmel, die häufig und gern in der *FAZ* publizierte und die diesen Krieg nicht mehr erleben musste.

Von Anfang bis Ende des Irakkrieges kann und will sich die *FAZ* weder auf den einen Satz *Wir sind alle Amerikaner* noch auf den anderen *Wir alle sind Gilgamesch* festlegen. (Und jenseits der *FAZ* und ihrer Nahost-Experten sei an dieser Stelle der Hinweis darauf erlaubt, dass es der Mythos will, dass die Göttin Europa in einer Höhle bei Sidon im Südlibanon geboren wurde.) Offener Antiamerikanismus ist nicht Sache der *FAZ,* und es gibt ihn sicherlich nicht im Politikteil, schon gar nicht auf Seite 1. Aber im Blattinneren, also wiederum im Feuilleton, ist dann in einem Meinungsartikel am 8. April 2003 doch sehr hart von »einer von Millionären und Industrieclans beherrschten Rumpfdemokratie wie Amerika« die Rede, »wo zur Not das Verfassungsgericht eine zwielichtige Wahl entscheidet« (Schümer 2003). Der eher latente Antiamerikanismus der *FAZ* zeigt sich freilich auch in einer Karikatur von Burkhard Mohr (vgl. Abbildung 4.8), die durchaus ernste Fragen nach der Qualität des atlantischen Verhältnisses zwischen den USA und Europa thematisiert.

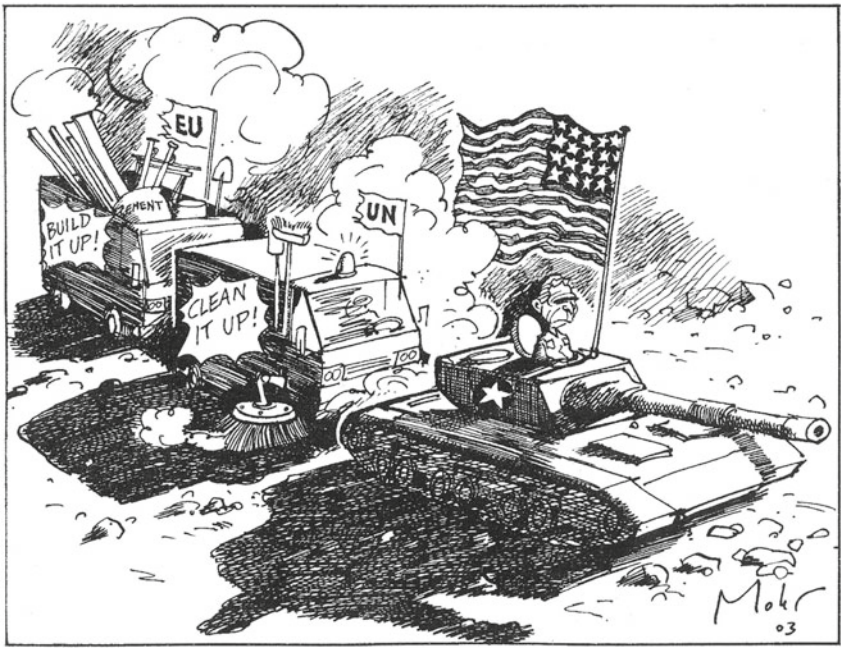
4.4 Quantitative Analyse von *Hürriyet* und *Zaman*

Der dominanteste Akteur sowohl in *Hürriyet* mit 11,04 Prozent aller Akteursnennungen als auch in der *Zaman* mit 15,90 Prozent sind eindeutig die USA. Bei den weiteren Akteuren zeigt sich für beide Zeitungen aber ein unterschiedliches Bild. In *Hürriyet* folgt auf dem zweiten Rang der (damalige) türkische Premierminister Tayip Erdogan mit 6,78 Prozent und auf dem dritten Rang die Türkei mit 5,90 Prozent.

Aus der Sicht von *Hürriyet* liegen der Irak und die militärische Führungsriege der Türkei mit jeweils 5,57 Prozent gleichauf. In *Zaman* liegt der Irak mit 8,95 Prozent auf dem zweiten Rang, auf dem dritten Rang folgt die Türkei mit 6,94 Prozent. Für Saddam Hussein zeigt sich für beide Tageszeitungen nahezu eine Gleichgewichtung mit 5,36 Prozent Anteil in *Hürriyet* und 5,25 Prozent Anteil in *Zaman*. George W. Bush findet in *Hürriyet* mit 5,14 Prozent mehr Beachtung als in *Zaman* mit nur 3,55 Prozent der Akteursnennungen.

Dieses Ergebnis spiegelt zum einen die Zuspitzung in der Berichterstattung auf die beiden Kontrahenten USA und Irak wider, und zwar in beiden türkischen Zeitungen. Zum anderen aber zeigen schon diese ersten und doch recht mageren Zahlen deutlich die Rolle der beiden Blätter als türkische Zeitungen. Denn die be-

Abbildung 4.8 Der untereinander im Irakkrieg zerstrittene Westen aus der Sicht des Karikaturisten Burkhard Mohr in der *FAZ*

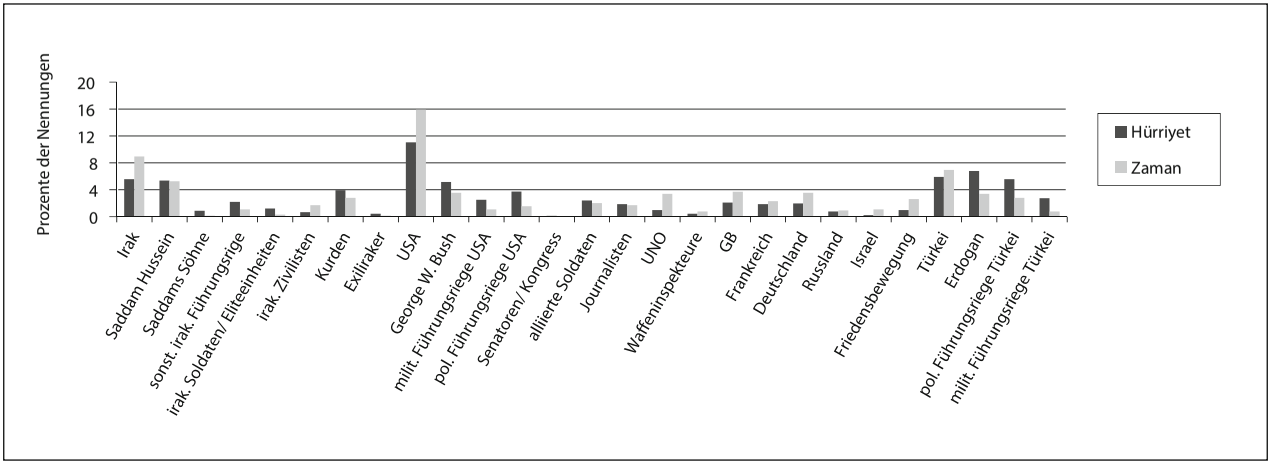


Quelle: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 20. März 2003, S. 8

sonders intensive Nennung gerade türkischer Akteure ist zum einen auf die *Kurdenfrage* zurückzuführen und zum anderen der türkischen Rolle als regionaler Macht geschuldet. Auffällig ist der geringe Anteil von Akteursnennungen sowohl für die Kurden als auch für Großbritannien.

Die Unterschiede zwischen den beiden Zeitungen werden besonders dann deutlich, wenn man danach schaut, wie differenziert sie die innerirakischen und die US-amerikanisch-britischen Akteure wahrnehmen. Bei der Binnenansicht der irakischen Akteure zeigt sich für beide Blätter die dominante Stellung von Saddam Hussein mit 37 Prozent der Nennungen in *Hürriyet* und 47 Prozent in *Zaman*. Doch schon Saddam Husseins Söhne Uday und Qusay sind in *Hürriyet* mit 6 Prozent der Nennungen stärker vertreten als in *Zaman* mit dort nur einem Prozent (Husseins Söhne werden wegen ihrer Militäreinheiten erwähnt, die zum Schutze

Abbildung 4.9 Die Hauptakteure in *Hürriyet* und *Zaman*



Quelle: eigene Erhebung

des Vaters bereitstehen). Auch die sonstige Führungsriege des Irak findet in *Hürriyet* mit 15 Prozent mehr Beachtung als in *Zaman* mit 9 Prozent.

Ein ähnliches Bild zeigt sich auch in Bezug auf die irakischen Soldaten mit 8 Prozent der Nennungen in *Hürriyet,* aber nur 3 Prozent in *Zaman.* Und *Zaman* (nicht: *Hürriyet*) sollte mit seiner skeptischen Einschätzung der irakischen Kampfkraft Recht behalten. *Zaman* räumte den Irakern gegen eine so starke Übermacht wie die USA keinerlei Chancen ein, Iraks Militär sei nicht in der Lage, sich länger als einige Wochen zu verteidigen und all dieses war laut *Zaman* bereits im Zweiten Golfkrieg nicht anders.

Der stärkste Unterschied zwischen beiden Zeitungen aber zeigt sich in Bezug auf die Akteursnennungen von irakischen Zivilisten, der Minderheit der Kurden und der Opposition. Diese Gruppen sind mit insgesamt 41 Prozent in *Zaman* weitaus stärker vertreten als in *Hürriyet* mit 34 Prozent. Von den drei Gruppen vereinen in *Hürriyet* die Kurden 27 Prozent der Akteursnennungen auf sich, in *Zaman* sind sie mit 24 Prozent vertreten. Aber in beiden Zeitungen werden die Kurden deutlich stärker erwähnt als die beiden anderen Akteure. Die irakischen Zivilisten spielen in *Zaman* mit 15 Prozent der Nennungen eine weitaus wichtigere Rolle als mit 4 Prozent in *Hürriyet.* Exil-Iraker finden in beiden Zeitungen mit 3 Prozent der Nennungen in *Hürriyet* und einem Prozent in *Zaman* nur wenig Beachtung.

Hinter all diesen Zahlen steht die *Kurdenfrage.* Doch wird sie in beiden Zeitungen eher erwähnt, als dass sie in ihrer Vielschichtigkeit intensiv analysiert wird. Während sich viele Intellektuelle in der Türkei für eine Gleichberechtigung von Kurden und Türken in einer türkischen Nation aussprechen, spielen eben alle im Parlament vertretenen Parteien und auch die meisten türkischen Medien dieses »Problem« mit allen Mitteln herunter. Sowohl *Hürriyet* als auch *Zaman* sprechen sich entschieden gegen eine liberalere Politik gegenüber den Kurden aus.

Bei der Binnenansicht nur auf die US-amerikanisch-britischen Akteure geben *Hürriyet* und *Zaman* ein unterschiedliches Bild ab. In der *Hürriyet* bekommt George W. Bush einen Anteil von 32,19 Prozent der Akteursnennungen, in *Zaman* liegt Bush bei 29,87 Prozent. Den alliierten Soldaten kommen in beiden Tageszeitungen gleich viel Bedeutung zu. Der Anteil der alliierten Soldaten als Akteure beträgt in der *Hürriyet* 15,07 Prozent und in *Zaman* 16,88 Prozent. Dieser hohe Anteil von Soldaten als Akteuren könnte damit begründet werden, dass beide Zeitungen ihren Lesern klar signalisieren wollen, dass die türkischen Interessen in dieser Region am besten durch ein eigenes Heer sichergestellt werden können. Der politischen Führungsriege der USA kommt in *Hürriyet* ein Anteil von 23,29 Prozent der Akteursnennungen zu, während dieser Anteil in *Zaman* nur bei 12,99 Prozent liegt.

Den US-Senatoren kommt weder in *Hürriyet* mit 0,68 Prozent der Nennungen noch in *Zaman* mit null Prozent irgendeine nennenswerte Bedeutung zu. Ein

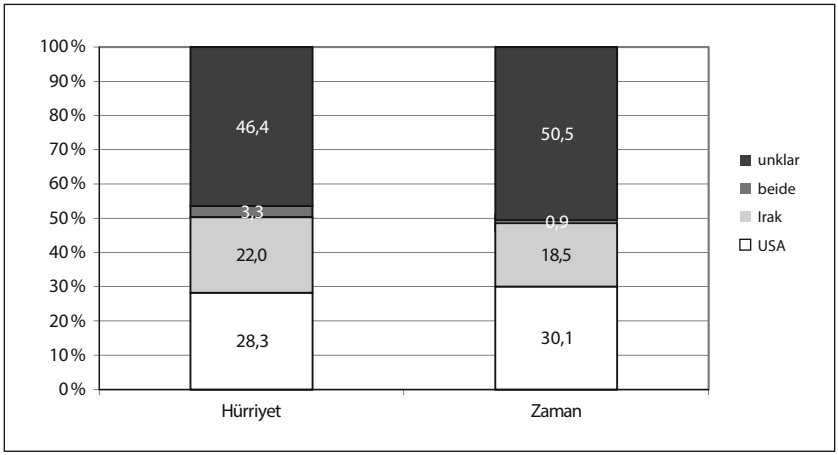
großer Stellenwert kommt aber Großbritannien zu, dem Hauptkriegspartner der USA. In *Zaman* beträgt der Anteil von Akteursnennungen für das Vereinigte Königreich 31,17 Prozent, während *Hürriyet* mit 15,07 Prozent der Nennungen den Briten weniger Aufmerksamkeit schenkt. Hierbei konzentriert sich die Berichterstattung der beiden Tageszeitungen in erster Linie auf den britischen Premier und dessen engen Schulterschluss mit den USA. Der militärischen Führungsriege in den USA und Großbritannien schenkt *Hürriyet* mit einem Anteil von 15,75 Prozent Aufmerksamkeit und *Zaman* mit 9,09 Prozent. Beide Zeitungen berichten viel von Truppenbewegungen der USA und deren Koalitionspartnern. In *Hürriyet* werden die Angriffe aus dem Golfkrieg von 1991 wieder in Erinnerung gerufen und als US-Blitzkrieg dargestellt. Beide Tageszeitungen prognostizieren, dass der Krieg (oft fällt auch der Begriff Eroberung) nur wenige Wochen dauern wird.

Wendet man sich von den Akteursnennungen ab und dem Problem der Bewertung des Krieges zu, dann fällt auf, dass beide türkischen Tageszeitungen sehr stark werten; dies ist ein markanter Unterschied zu den deutschen Zeitungen. Die größere Intensität in der Bewertung wird allerdings dann schnell verständlich, wenn man berücksichtigt, dass die Türkei durch einen Krieg im direkten Nachbarland und bei der Existenz einer Volksgruppe (Kurden), deren Angehörige in beiden Ländern gleichermaßen wohnen, viel stärker und existenzieller betroffen ist als Deutschland.

Sowohl *Hürriyet* als auch *Zaman* versuchen, bei ihren Nachrichten so neutral wie möglich zu bleiben (vgl. Abbildung 4.10). Die Zeitung *Hürriyet* macht bei 46,4 Prozent aller Bewertungen keine klare Aussage darüber, wer die Hauptverantwortung für den Irakkrieg trägt, bei *Zaman* ist dieser Anteil mit 50,5 Prozent aller Bewertungen ähnlich hoch. Den Mittelweg, dass der Irak und die USA gleichermaßen für den Krieg verantwortlich seien, wählen beide Zeitungen eher selten: *Hürriyet* bietet diese Lösung bei 3,3 Prozent ihrer Bewertungen an und *Zaman* mit einem Anteil von 0,9 Prozent.

Aber jenseits der neutralen Nachrichten gibt es in beiden Tageszeitungen auch klare Schuldzuweisungen für den Krieg. Beide Zeitungen unterscheiden klar zwischen Täter und Opfer. In *Hürriyet* ist der Irak zwar mit 22 Prozent der Nennungen der Kriegshauptverantwortliche, und in *Zaman* wird dem Irak in 18,5 Prozent der Nennungen diese Verantwortung zugeschrieben. Aber: Viel öfter wird den USA die Rolle als Aggressor und Urheber des kriegerischen Konflikts zugewiesen. In *Hürriyet* entfallen auf die USA 28 Prozent der Schuldzuweisungen und 30,1 Prozent in *Zaman*. Die Karikatur von Osman Turhan (vgl. Abbildung 4.11) bringt sowohl die Doppelmoral der USA als auch die Skrupellosigkeit eines Saddam Hussein recht gut auf den Punkt.

Abbildung 4.10 Hauptverantwortung im Vergleich von *Hürriyet* mit *Zaman*



Quelle: eigene Erhebung

Will man diese starke Schuldzuweisung an die USA interpretieren, die angesichts einer traditionell sehr US-freundlichen türkischen Kultur auffällig ist, so muss man an die für die Türkei ungünstigen Ergebnisse des Golfkrieges Anfang der neunziger Jahre und an gegenwärtige Nachkriegsprobleme erinnern. Zum einen erhielten die Kurden im Nordirak einen autonomen Status zugesprochen, zum anderen gibt es seit Ende des Irakkrieges eine militärische Kooperation zwischen den USA und den von ihr ausgerüsteten Kurden-Kämpfern. Die liberal-nationalistische *Hürriyet* und die moderat-islamische und konservative *Zaman* stehen sich wegen ihrer ideologischen Unterschiede innerhalb der politischen Kultur der Türkei in keiner Form nahe, sind sich in einem wesentlichen Punkt aber einig: Einen eigenständigen, von den USA gar anerkannten Kurdenstaat darf es nicht geben.

Auch bei den Textsorten Reportage und Kommentare wird sehr deutlich gesagt, dass die Kurden der Türkei in Zukunft Probleme bereiten könnten. Die Textsorten Interviews und Leserbriefe geben dasselbe Bild wieder. Es ist immer dieselbe Aussage: Durch einen Kurdenstaat könnte der Status quo der Türkei und der zwischen Kurden und Türken gestört werden bzw. neuen separatistischen Bewegungen Aufschwung geben. Aus genau diesem Grund ist die Haltung der türkischen Presse zum Krieg ambivalent. Man will auf der einen Seite die Position der USA unterstützen, um sie als Partner zu behalten, auch dafür, dass die USA bei

Abbildung 4.11 Die Doppelmoral der USA aus der Sicht des türkischen Karikaturisten Osman Turhan in *Zaman*



Quelle: Zaman vom 10. Februar 2003, S. 19

der Aufnahme der Türkei in die EU Unterstützung leisten. Auf der anderen Seite gibt es eine Kooperation der US-Amerikaner mit den Kurden, die einen eigenständigen Staat fordern. Und genau an diesem Punkt hört die Ambivalenz der türkischen Presse auf.

Mit einem Anteil von 27,3 Prozent der gemessenen Meinungen ist *Zaman* der Meinung, dass der Krieg ungerechtfertigt ist. Sie weist in ihrer Berichterstattung auf die Probleme hin, die es nach Saddam Hussein geben wird. (Sehr zu recht, wie wir heute alle angesichts der Erfahrungen der letzten Jahre wissen.) Dass genau diese Auffassung bei *Hürriyet* nur 23,3 Prozent Anteile bekommt, könnte daran liegen, dass die *Hürriyet* in ihrer Berichterstattung auch die Meinung vertritt, dass sich die Position der Türkei nach einem Ende von Saddam Hussein verbessern könnte. Zum Teil spekuliert *Hürriyet* nämlich, dass eine neue Nachkriegslage und eine neue politische Führungsriege im Irak der Türkei eine neuartige und dominantere Rolle als bis dato in der Region zumessen könnte. Andererseits redet *Hürriyet* gleichzeitig aber auch von Nachteilen. Würde die Türkei in den Irak einmarschieren, dann ginge dies nicht ohne große Verluste.

Prüft man die Daten im Hinblick auf eine Parteinahme für den Irak oder die USA, dann stellt sich *Zaman* mit 30,1 Prozent seiner Bewertungen sehr deutlich auf die Seite des Irak. Demgegenüber stellt sich *Hürriyet* mit 25,2 Prozent hinter die US-Amerikaner und deren Verbündete. Im Einzelnen positioniert sich *Za-*

man folgendermaßen: Obwohl Saddam Hussein ein Tyrann war, der seine Bevölkerung nicht gut behandelt hat, ist der Krieg trotzdem nicht gerechtfertigt, und ohne Saddam Hussein wird sich die Situation in der ganzen Region verschlechtern. Nach dem Krieg könnte es dann zu einer Stärkung der Schiiten in der Region kommen. *Zaman* befürchtet, dass der Iran dadurch zu einer größeren Regionalmacht werden könnte.

Ob der Irak Massenvernichtungswaffen besitzt oder nicht, ist der türkischen Presse nicht sonderlich wichtig, wichtig ist ihr vor allem die Kurdenfrage und die Haltung der USA gegenüber den kurdischen Kämpfern nach dem Krieg. Deswegen ist und bleibt die Parteinahme der türkischen Presse gegenüber den USA im Irakkrieg sehr ambivalent.

4.5 Qualitative Analyse von *Hürriyet* und *Zaman*

Mitten im Irakkrieg erfuhr die an Medienfragen interessierte Weltöffentlichkeit von einem erstaunlichen Phänomen: Ein afrikanischer Kriegsreporter hatte seinem einheimischen Zeitungspublikum tagtäglich detaillierte Frontberichte geschildert, bis sich zufällig herausstellte, dass dieser Journalist gar nicht im Kriegsgebiet war, sondern sich seine Berichte daheim in seiner Wohnung sitzend selbst ausgedacht hatte. Und tagelang war dieser Schwindel keinem Leser aufgefallen (Hoppe 2003). Was lernen wir daraus? Nicht in Friedenszeiten und erst recht nicht im Krieg ist die Realität das Ausschlaggebende, sondern eben die durch die Medien definierte Realität.

Im Falle der Türkei erhielt diese (in der Wissenschaft eigentlich gut bekannte) soziale Realitätskonstruktion im September 2003 eine besonders pikante und deftige Note. Da veröffentlichte nämlich die zum Doğan-Konzern gehörende Zeitschrift *Radikal* das sogenannte *Rote Buch,* eine Art Satzung des Generalsekretariats des Nationalen Sicherheitsrats der Türkei. Revolutionär war diese Veröffentlichung für den gegenwärtigen Demokratisierungsprozess der Türkei deswegen, weil es für die türkische Öffentlichkeit bis dato überhaupt keinerlei öffentliche Informationen über diesen Nationalen Sicherheitsrat gegeben hatte. *Radikal* gab bekannt, dass das Generalsekretariat dieses eigentlichen Machtzentrums der Türkei das staatliche Fernsehen und die halbamtliche Nachrichtenagentur Anadolu zwei Jahrzehnte lang mit selbst fabrizierten Meldungen versorgt hatte, insbesondere dann, wenn es um »innere und äußere Gefahren« und die »territoriale Integrität des Staates« ging (Hermann 2003). Genau dasselbe gilt in erster Linie und vor allem für die mediale Kriegsberichterstattung der Türkei.

Erstens lässt sich festhalten, dass nicht die Interessen der Iraker oder die der Amerikaner die Kriegsberichterstattung der türkischen Zeitungen bestimmen,

sondern eigene Ängste und Befürchtungen vor einem ökonomischen oder politischen Wandel in der Region. Die türkische Presse und die türkischen Eliten fragen nicht nach der Moralität der Angriffe und sie sehen sich auch nicht als eine Partei in diesem Krieg.

Ein zweites Ergebnis ist, wie sich auch in Abbildung 4.9 deutlich zeigt, dass die beiden Hauptakteure USA und Irak sehr unterschiedlich oft erwähnt werden. Diese Diskrepanz verweist darauf, dass die türkische Wahrnehmung der USA bei Weitem wichtiger ist als die des Irak. Obwohl der Irak der Türkei in geografischer, politischer und kultureller Hinsicht näher ist, kommen die USA in den Nachrichten häufiger vor als der Irak. Diese selektive Wahrnehmung verweist auf die Macht- und Abhängigkeitsverhältnisse, in denen sich die Türkei hinsichtlich der USA befindet. Es ist der Dominanzstatus der USA – Johan Galtung (1965) würde hier von *top dog* sprechen –, der die Berichterstattung in den türkischen Tageszeitungen derartig stark beeinflusst. Die deutlich seltenere Erwähnung des Irak und eine kaum differenzierte Sicht auf unterschiedliche Akteure weisen diesem Land die klassische Position eines *under dog* zu. Diese Ergebnisse korrespondieren gut mit vielen Studien aus dem Umfeld der Nachrichtenwerttheorie, aber auch mit Ergebnissen aus der Friedensforschung.

Ein Freund-Feind-Denken zeigt sich in der türkischen Presse darin, dass das Militärische in der Berichterstattung an herausgehobener Stelle steht. Auch wenn Form und Thema variieren, so haben dennoch alle Texte eines gemeinsam: Stets weisen sie einen Militärbezug auf, während alle anderen Themen wie Völkerrecht, Menschenrechtsverletzungen, humanitäre Probleme oder die Innenpolitik im Irak in türkischen Zeitungen eine nur sehr randständige Rolle spielen. Sie sind einfach kein Thema für die Presse.

Drittens lässt sich festhalten, dass die Berichterstattung der türkischen Presse über die Zukunft des Iraks sehr oberflächlich und unvollkommen ist. Sie ist einfach nicht umfassend. Die Tatsache, dass z. B. irakische Meinungsführer und Intellektuelle über die Probleme und Anliegen ihres Landes in der türkischen Presse nicht zu Wort kommen, wird im Laufe der Zeit zu einer wachsenden Entfremdung zwischen dem Irak und der Türkei führen, wird einer antitürkischen Radikalisierung innerhalb des Irak Vorschub leisten. Diese Dialogunfähigkeit der türkischen Presse ist besorgniserregend, denn sowohl mit kurdischen als auch mit schiitischen Gruppen muss ein Dialog geführt werden – nur so kann es zukünftig in der gesamten Region eine funktionierende Zivilgesellschaft geben und nur auf diese Weise können klar definierte Menschenrechtsstandards erreicht werden. Die türkische Presse und die türkische Politik insgesamt bleiben aufgerufen, auch mit schwierigen gesellschaftlichen Gruppierungen einen Dialog zu beginnen. Wer andere lediglich als unwissend abwertet, erklärt sich selbst unfähig zu einem Dialog, der selbstverständlich gleichberechtigt sein muss.

Die quantitativen Daten und qualitativen Überlegungen unserer Analyse von zwei Zeitungen korrespondieren damit, dass die Türkei realiter im vorliegenden Untersuchungszeitraum keine explizite Irakpolitik kannte. Dieses aber wäre für eine regionale Macht, wie sie die Türkei darstellt, unerlässlich. Ein Nachbarland, das bis zur englischen Herrschaft im Ersten Weltkrieg rund 400 Jahre unter osmanischer/türkischer Herrschaft stand, kann und darf für die türkische Presse, türkische Intellektuelle und die türkische Politik nicht uninteressant sein. Die Türkei ist offensichtlich nicht (darf man sagen: noch nicht?) in der Lage, sich sehr nüchtern und ohne alte imperiale Großmannssucht um ihr vergangenes Erbe bei gleichzeitiger Suche nach neuen Erfahrungen zu bemühen. Macht, militärische Strategie und wirtschaftliche Expansion sind wichtige Dimensionen in den internationalen Beziehungen, denen sich die Türkei nicht oder nur kaum stellt. Da die Türkei, außer der Idee, einen autonomen Kurdenstaat zu verhindern, keine erkennbare regionale Politikstrategie verfolgt, erscheint sie in der Außenpolitik als hilflos und defensiv.

Viertens zeigen die quantitativen Daten deutlich und klar, dass sich die türkischen Eliten – und die türkischen Medien sind sehr viel staatstragender als in vielen anderen Ländern und 2003 gab es noch keine nennenswerten politischen Differenzen zwischen der Elite aus Recep Tayyip Erdogans AKP und dem Verleger Aydin Dogan und dessen Zeitung *Hürriyet* und der Fethullah-Gülen-Bewegung, zu deren Umfeld die Zeitung *Zaman* gehört – nicht genau entschieden haben, ob sie sich für oder gegen die Invasionspolitik der USA richten sollen. Dennoch verweisen sie auf eine gemeinsame Wertebasis mit den USA. Und nüchtern und pragmatisch werden diese Werte höherrangig als das Völkerrecht eingestuft. *Zaman* fährt einen Wackelkurs. Einerseits sucht sie jenseits von Pragmatismus einen kulturellen Konsens mit den USA im Menschenrechtsdialog. Andererseits rät der enorm wichtige *Zaman*-Kolumnist Şahin Alpay, ein linksliberaler Professor für Politikwissenschaft, von einer türkischen Unterstützung der US-amerikanischen Militärpolitik ab. Er befürchtet sonst eine Stärkung radikaler Islamisten.

Wegen der militärischen Überlegenheit der Amerikaner geschieht gegen deren Willen nichts in der Welt: Diese US-Dominanz wird in fast jeder Zeitungskolumne im Blick behalten. So wird beim Leser häufig der Eindruck erweckt, der Kolumnist verschweige Wichtiges und könne sich nicht frei artikulieren. Diese Attitüde entspricht denn auch der klassischen und weit verbreiteten Ohnmachtserfahrung der liberalen Intellektuellen in der Türkei. Das bürgerliche Milieu empfindet die Übermacht der USA als eigene Niederlage und bewertet diese Situation als eine ausweglose.

Dass sich die Antwort der Schwachen in einer Situation der Ausweglosigkeit in Form von Selbstmordanschlägen zeigen kann, haben die Anschläge in Istanbul vom 19. Dezember 2003 gezeigt. Das eigene Leben zu opfern, nur um dem

Gegner eine möglichst hohe Zahl von Menschenleben abzuverlangen, zeigt einerseits eine extreme Niederlage der eigenen Psyche, muss andererseits aber auch als Reaktion gegenüber der Macht begriffen werden, die das politische Denken und Handeln der Menschheit bestimmt. Der türkische Nachrichtendienst konnte diese Selbstmordanschläge nicht rechtzeitig erkennen und verhindern, da die Täter ganz offensichtlich im Inland einen sehr fruchtbaren Nährboden vorfinden konnten. Einen derartig hasserfüllten Widerstand, der natürlich Momente von Religion und Kultur nur zur ideologischen Rechtfertigung benutzt, leisteten islamistische Gruppen nicht einmal in der Kolonialzeit.

4.6 Zusammenfassung: Interpretation und Ausblick

Der US-amerikanisch-britische Krieg gegen den Irak war ein eindeutig völkerrechtwidriger Angriffskrieg ohne irgendeinen überzeugenden rechtlichen oder moralischen Legitimationsgrund. Drei Kabinettsmitglieder von George W. Bush haben über genau diese mangelnde Legitimation inzwischen in aller Öffentlichkeit selbst nachgedacht. Zum einen ist an das Interview des US-Vize-Verteidigungsministers Paul Wolfowitz in der Zeitschrift *Vanity Fair* vom Mai 2003 zu erinnern. Dort hatte er geschrieben, dass der dem Irak unterstellte Besitz von Massenvernichtungsmitteln ein Vorwand gewesen sei, um die Weltöffentlichkeit zu täuschen. Im Januar 2004 überraschte der Ex-US-Finanzminister Paul O'Neill die internationale Öffentlichkeit mit einem ähnlichen Hinweis in einem Interview mit dem TV-Sender *CBS*. Er sagte nämlich, dass der Irakkrieg eine bereits kurz nach dem Amtsantritt von George W. Bush zum neuen US-Präsidenten im Januar 2001 beschlossene Sache gewesen sei. Und Anfang Februar 2004 gab US-Außenminister Colin Powell in einem Interview mit der *Washington Post* zu bedenken, dass er nicht wisse, ob er vor einem Jahr die Militäraktion empfohlen hätte, hätte er gewusst, dass Saddam Hussein keine verbotenen Waffen besitze.

Ohne an dieser Stelle in weitere Details und weiteres Quellenstudium von Politikerzitaten einsteigen zu wollen, sei hier an die schon im Vorwort aufgelisteten insgesamt zehn Irakkriegslügen der US-amerikanischen und der britischen Regierung erinnert, so wie sie die deutsche Illustrierte *Stern* im Sommer 2003 auflistete (Franz 2003).

Zusätzlich zu diesen Kriegslügen sollte man sich drei kriegsrelevante Fotos des US-Präsidenten in Erinnerung rufen, die um den ganzen Globus gingen. Da gibt es erstens George W. Bush neben einem Feuerwehrmann auf einem Autowrack nach dem 11. September 2001; da erscheint zweitens der US-Präsident im Mai 2003 im Kampfanzug auf dem Flugzeugträger Abraham Lincoln und macht mit diesem Bild eine Anleihe an gleich drei ähnliche Filmmotive (David Prowse in *Die*

Rückkehr der Jedi-Ritter, Bill Pullman in *Independence Day* und Tom Cruise in *Top Gun*), und drittens gibt es das Bild vom Dezember 2003, auf dem George W. Bush seinen Soldaten im Irak einen Truthahn (der in Wirklichkeit nur aus Plastik war) serviert. Alle Bildszenen haben eines gemeinsam: Sie wurden von PR-Leuten inszeniert und für eine weltweite TV-Öffentlichkeit arrangiert.

Vor dem Hintergrund dieser hier nur skizzierten intensiven, teuren, strategischen, systematischen und bewussten weltweiten Medienkriegsführung der USA, einer Mischung aus *info war,* Werbung, Lügen, Public Relations, *public diplomacy, militainment* und einer Kooperation von *CNN* mit dem Pentagon, resümierte Ignacio Ramonet, Chefredakteur von *Le Monde Diplomatique:* »Im Rausch ihrer Macht haben Bush und seine Umgebung die Bürger Amerikas und die gesamte Weltöffentlichkeit hinters Licht geführt. Ihre Lügen sind, wie Professor Paul Krugman meint, ›der schlimmste Skandal in der politischen Geschichte der Vereinigten Staaten, schlimmer noch als Watergate, schlimmer noch als Irangate‹« (Ramonet 2003, S. 12).

Vor diesem Hintergrund also lässt sich als erstes Ergebnis sowohl für die deutsche als auch die türkische Presse festhalten: Gemessen an dem gewaltigen Propagandaaufwand der USA war das Ergebnis in Deutschland und der Türkei ein gewaltiger Flop. Anstatt der US-Propaganda zu folgen, entwickelten deutsche und türkische Zeitungen ihre eigene, ihre innenpolitische Agenda. Während sich die deutsche Presse am atlantischen Bündnis abarbeitete, ging es der türkischen Presse um die Kurdenfrage.

Man kann dieses erste Ergebnis auch zynisch formulieren. Deutsche Presse und deutsche Politik instrumentalisierten Tausende von Kriegstoten, um einen alten/neuen Antiamerikanismus zu pflegen/zu entdecken. Und dieser Antiamerikanismus ist, worauf im Folgenden eingegangen wird, das zweite Ergebnis der vorliegenden Analyse. Bestätigt wird dieses Ergebnis durch eine weitere deutsche Inhaltsanalyse. Das Bonner Institut Medien-Tenor kam erstens zu dem Ergebnis, dass Saddam Husseins Terror in den deutschen TV-Programmen kein Thema war, stattdessen aber die US-amerikanischen Militäraktionen überwiegend negativ bewertet wurden (Medien-Tenor 2003).

Aus geistesgeschichtlicher Sicht hat Antiamerikanismus in Deutschland erstens eine weit in das 19. Jahrhundert zurückreichende Tradition und zweitens kannte und kennt diese Tradition immer eine politisch rechte als auch eine politisch linke Variante. Argumentierte der rechte deutsche Antiamerikanismus stets kulturell (kein Benehmen, keine tieferen Werte, keine Kultur), nahm der linke deutsche Antiamerikanismus stets Bezug auf ökonomische Tatbestände (Großkapital, Bandarbeit, Ford, schwache Gewerkschaftsbewegung). Beide Varianten des deutschen Antiamerikanismus lassen sich in der Presse über den Irakkrieg wiederfinden, wurden auch gerne populistisch benutzt. Lange nach dem Irakkrieg

titelte der Kölner *Express* auf seiner ersten Seite in der Ausgabe vom 2. November 2003: *US-Investoren vor Übernahme von Schlösser. Ami-Angriff auf unser Alt.* Da die bösen *Amis* – hier *unser* gutes deutsches Bier. Der seit dem 11. September 2001 weltweit anwachsende Antiamerikanismus (Knowlton 2002)[5] wurde durch den Irakkrieg noch verstärkt. Eine Überschrift wie die eben zitierte aus dem *Kölner Express* wäre eben vor dem Irakkrieg in der deutschen Presselandschaft kaum denkbar gewesen.

Aber: Ein Phänomen wie Antiamerikanismus ist nicht nur motiv- und geistesgeschichtlich zu sehen, sondern eben auch sozialwissenschaftlich. Das aber heißt: Ein und dasselbe Argument kann unter anderen und neuartigen Bedingungen auch andere und neue gesellschaftliche Funktionen erfüllen. Genau eine solche Zäsur markiert der Irakkrieg für ein neues Selbstverständnis von Europa, besonders Deutschland. Hatte Jürgen Habermas die US-Intervention des Irak im Zweiten Golfkrieg von 1991 noch gerechtfertigt, so formuliert er im Irakkrieg von 2003: »Die normative Autorität Amerikas liegt in Trümmern« (Habermas 2003). Hinter diesem Argumentwechsel liegen nicht einfach nur andere völkerrechtliche Bedingungen für einen Krieg, nicht nur lineare weitere zwölf Jahre, sondern die Erkenntnis, dass nach dem Ende der Ost-West-Konfrontation gemeinsame Interessen zwischen den USA und Europa abgenommen und unterschiedliche Interessen zugenommen haben. Der während des Irakkrieges in der Presse virulent gewordene Antiamerikanismus ist also nicht nur eine Fortsetzung alter Klischees, sondern trägt auch einer neuen außenpolitischen Interessenlage Rechnung. Klassisch formulierte diese neue Position bereits während des Irakkrieges der Altmeister einer links-pragmatischen deutschen Außenpolitik, Egon Bahr:

> »Es wäre schade, wenn [die Europäer] versagten, [sich zusammenzuraufen]. Sie blieben sicherheitspolitisch dann ein Protektorat der Amerikaner, wie es Brzesinski formuliert hat. […] Europa sollte eine erkennbare Alternative in seinem Gesellschaftsmodell, in seiner Bewaffnung und in seiner Politik entwickeln, damit die islamische Welt nicht nur die eine geschlossene westliche Welt wahrnimmt, sondern sieht, dass es zwei westliche Modelle von Politik und Gesellschaft gibt. […] Wir Europäer könnten die Stärke des Rechts zu etablieren versuchen und das Recht des Stärkeren Amerika überlassen, so, wie es sich das ohnehin rausnimmt.« (Bahr 2003)

Es ist dann auch nicht weiter verwunderlich, dass es gerade Mohssen Massarrat war, ein Politikwissenschaftler iranischer Herkunft an der Universität Osnabrück, der noch während des Irakkrieges eine Friedensprogrammatik für ein neues Verhältnis zwischen Europa und dem Nahen und Mittleren Osten entwarf (Massarrat 2003). Und Gregor Schöllgen (2003), Historiker an der Universität Erlangen und Berater im Auswärtigen Amt, sah in der Opposition der deutschen Bundes-

regierung gegen den US-amerikanisch-britischen Irakkrieg sogar ein Signal für Deutschlands Rückkehr auf die Weltbühne. Ausdrücklich unterstützte Schöllgen Bundeskanzler Gerhard Schröder, der in einer Regierungserklärung am 14. März 2003 auf »eine angemessene Betonung der deutschen Interessen Wert« gelegt hatte und darauf, dass es für Deutschland, »eine Unabhängigkeit unserer Entscheidungen in der Welt von morgen« geben müsse.

Und ein drittes Ergebnis. Wir alle wissen, dass sich Bilder des Fremden genauso wie außenpolitische Wahrnehmungen im Laufe der Zeit verändern können. So gab es besonders im Medium Film viele Generationen lang ein süßlich-exotisches Medienbild vom Irak. Paradigmatisch dafür stehen Filme wie der englische Spielfilm *Bagdad* von Charles Lamont (1949) (u. a. mit Maureen O'Hara, Paul Christian und Vincent Price), die deutsche Lustspiel-Revue *Die Diebin von Bagdad* von Carl Lamac (1952) (u. a. mit Theo Lingen, Sonja Ziemann und Rudolf Prack) oder der französische Spielfilm *Shéhérazade* von Pierre Gaspard-Huit (1963) (u. a. mit Anna Karina, Gérard Barray und Antonio Vilar). Unter anderen politischen Bedingungen jedoch kippte dieser exotisch-erotische in den kriegslüstern-gefährlichen Orientalismus (Said 1981) um, gekrönt von dem Feindbild Saddam Hussein als dem typischen Vertreter eines *orientalischen Despotismus* – dies der so verhängnisvolle und folgenreiche Begriff bei Karl Marx in seiner Schrift *Die britische Herrschaft in Indien* (1853). Im Zweiten Golfkrieg von 1991 waren sich *Bild* und *FAZ* in diesem Feindbild einig. Nannte *Bild* damals den irakischen Staatschef »Kriegsverbrecher«, »Wahnsinniger« und »Teufel«, so bediente auch die *FAZ* damals das Bild des irrationalen Arabers, wenn sie Saddam Hussein als »kriegslüstern«, »brutal« und »psychopatisch« bezeichnete (InterKom 1993, S. 118). Gegenwärtig sind solche Begriffe in der Qualitätspresse wie der *FAZ* selten geworden. Aber auch im gehobenen Boulevard überleben sie alle Zeitläufe: Da ist sich z. B. die einst linksliberale Illustrierte *Stern* nach dem Ende des Irakkriegs nicht für die Formulierung zu schade, dass sich die Iraker zwar »über Saddams Ende freuen, sich aber jetzt nach einem netten Diktator sehnen« (Reuter 2004, S. 26).

Das Spannende an der Berichterstattung über den Irakkrieg 2003 liegt nicht darin, dass das Feindbild Irak/Saddam Hussein noch vorhanden ist, sondern darin, dass seine Ausstrahlungskraft und Wirkmächtigkeit deswegen eingebüßt hat, weil es mit dem offenen oder latenten Antiamerikanismus seinen gestalterisch notwendigen Antipoden eines Freundbildes verloren hat. Auch Freundbilder können politisches Lernen behindern. Trifft es sozialpsychologisch zu, dass in Zeiten zunehmender Entgrenzungs-, Narzissmus- und Hedonismusphänomene gerade Feindbildern Abgrenzungen ziehende, gesellschaftliche Funktionen zukommen und ein allgemein erschüttertes Bedürfnis nach Sicherheit befriedigen (Brüggen und Jäger 2003), dann stimmt dies gleichermaßen für Freundbilder. Auch ihnen

käme die Funktion der Stärkung eines gesellschaftlich geschwächten Ichs zu. Wie jüngst Heikki Luostarinen (2003) entfalten konnte, waren sowohl das finnische Medienbild als auch die finnische Bevölkerung gegenüber der UdSSR solange positiv eingestellt, wie es für Finnland sinnvoll war. Mit dem Wandel der Sowjetunion zu Russland hat sich dieses finnische Freundbild geändert. Es ist einfach abhanden gekommen. Könnte der Irakkrieg für das deutsche Freundbild von den USA eine ähnliche Funktion haben wie der Wechsel von einer UdSSR zu einem Russland für das finnische Freundbild gegenüber seinem großen östlichen Nachbarn? Solches Nachdenken über Freundbilder könnte dazu führen, die inzwischen wissenschaftlich ritualisierten Theorien über Feindbilder infrage zu stellen und einen Satz von Theodor W. Adorno viel ernster zu nehmen, als das bislang der Fall war. In seiner großen Abhandlung über den Antisemitismus schrieb Adorno bereits 1947: »Nicht erst das antisemitische Ticket ist antisemitisch, sondern die Ticketmentalität überhaupt« (Adorno und Horkheimer 1968, S. 243).

Ein viertes Ergebnis fällt besonders dann ins Auge, wenn man sich weitere Zeitungen außerhalb unseres Samples ansieht. Am 20. März 2003 hatte der Aufmacher von *Bild* den folgenden Wortlaut: *Dramatischer Kriegsbefehl des US-Präsidenten: Tötet Saddam!,* das *Solinger Tageblatt* titelte an diesem Tag: *Die US-Kriegsmaschine rollt.* In zwei anderen deutschen Zeitungen hießen die Aufmacher an demselben Tag aber völlig anders. In der *tageszeitung* (alternativ-grün) stand *Flucht vor dem Krieg. Wenn der Krieg gegen Saddam Hussein beginnt, werden Millionen Iraker fliehen* und das *Neue Deutschland* (reform-kommunistisch) formulierte *Stoppt den Krieg! Widerstand überall – jetzt erst recht!* Mit anderen Worten: Während die etablierte Presse besonders das Wort Krieg groß herausbringt, stellen die beiden deutschen Zeitungen, die sich eher am Rande der politisch etablierten Kultur bewegen, Wörter wie Flucht und Widerstand in den Mittelpunkt ihres journalistischen Räsonnements. Man sieht an diesen Beispielen gut, dass es verschiedene Möglichkeiten für *agenda setting* gibt. Freilich hat gerade auch unsere quantitative Analyse ergeben, dass über Friedensdemonstrationen, Antikriegsmärsche und soziale Protestbewegungen nur marginal berichtet wird. Und auch dieses Ergebnis hat inzwischen seine unrühmliche Tradition (Liegl und Kempf 1994; Hocke 1995; Ertl 2014). Als positive Ausnahme aus dieser strukturellen Verdrängung friedensjournalistischer Möglichkeiten sei hier auf einen Artikel über das politische Engagement der deutschen Friedenspolitikerin Eva Quistorp in der *FAZ* vom 8. April 2003 hingewiesen.

Nun gab es freilich in verschiedenen Ländern der EU nicht nur friedliche Antikriegsdemonstrationen von Angehörigen des besorgten Bürgertums, sondern außerdem auch sehr militante und mehrere Tage lang anhaltende Proteste, deren soziale Akteure wütende Arbeiter waren. Auf zwei dieser militant-sozialen Proteste sei hier nur kurz aufmerksam gemacht. Da gab es zum einen in Italien vom

24. bis zum 27. Februar 2003 Protestaktionen der *disobbedienti* gegen einen Zug mit US-amerikanische Militärwaffen und am 11. März gewaltförmige Aktionen italienischer Hafenarbeiter gegen die Beladung von US-Containern mit Militärwaffen. Da gab es zum anderen vom Januar bis zum März 2003 ausgesprochen militante Aktionen auf dem irischen Flughafen Shannon. Die Proteste der irischen Antikriegsbewegung richteten sich gegen den Umschlag von US-Soldaten und Material im Rahmen der Kriegsvorbereitungen, da sie hierin eine Verletzung des Neutralitätsstatus von Irland sah. Über solche Aktionsformen gegen den Irakkrieg fand man in der gesamten deutschen Presse keinerlei Informationen, wohl aber über die Medien Telefonkette und Chatroom oder alternative Internetdienste wie www.indymedia.org, www.disinfopedia.org oder www.yellowtimes.org.

Es wäre ein grober analytischer Irrtum zu glauben, dass die stark kriegskritische Berichterstattung der deutschen Presse pazifistischer Natur gewesen sei. Nach dem von Bundeskanzler Gerhard Schröder am 20. Oktober 2002 verkündeten Nein zum Irakkrieg hatte der von oben verordnete Regierungspazifismus erfolgreich als *agenda setting* gewirkt. Sehr spitz spießte genau diesen Zusammenhang die österreichische Autorin und Filmemacherin Hito Steyerl auf:

> »Die plötzlich ausgebrochene Medienkritik folgt ähnlichen nationalistischen Motiven, die sie auch der opaken Bildpolitik der alliierten Angreifer unterstellt. Hier überschneidet sich die Neuentdeckung journalistischer Standards mit der unterwürfigen Befolgung der deutschen Regierungslinie. Diese wird vom Fernsehen in allen Kriegen befolgt, die journalistischen Standards nicht unbedingt. Somit erzeugt dieser Krieg neben einer Zone der Opazität auch seine eigene national-pazifistische Medienkritik.« (Steyerl 2003)

Und so, als ob Gerhard Schröder diese Kritik von Hito Steyerl gelesen hätte (allerdings nur affirmativ, nicht distanziert-kritisch), kann dann die *FAZ* in ihrer Schlagzeile am 15. Januar 2004 auf Seite 1 verkünden: *Berlin schließt einen Einsatz im Irak nicht mehr aus.*

Als fünftes Ergebnis gilt es festzuhalten, dass in der Irakkriegsberichterstattung zwei so unterschiedliche Länder wie die Türkei und Deutschland mit zwei sehr unterschiedlichen Pressesystemen mehr Gemeinsamkeiten als Unterschiede aufweisen. Schon 1963 machte Bernard C. Cohen in seiner klassischen Studie über das Verhältnis von Presse zu Außenpolitik mehr als deutlich, dass gerade in der Außenpolitik Presseberichterstattung und Politikwahrnehmung durch die politischen Eliten in einem symbiotischen Wechselverhältnis zueinander stehen. Dieses Muster dürfte für alle Länder gelten, erst recht und insbesondere aber für die Türkei, wenn man bedenkt, dass, wie oben ausgeführt, der Nationale Sicherheitsrat die Medien des Landes im Sinne der politischen Elite manipuliert hat. Aus diesen

Gründen geht man keinesfalls fehl in der Annahme, dass man in der türkischen Pressewahrnehmung des Irakkrieges auch einen Spiegel der Kriegswahrnehmung durch die türkische Führung sieht. Und dieser Spiegel hat viele blinde Flecken: Presse und Politik reagierten nämlich auf den gesamten Irakkrieg reaktiv-defensiv.

Führt man sich die politische Situation der Türkei vor Augen, ist dieses Defensivverhalten nicht verwunderlich. Die gesamte Sozialisation der türkischen Staatseliten, einschließlich die des Militärs, wird von den USA geprägt. Eine Internalisierung dieser von außen kommenden Enkulturation geht oft genug so weit, dass sich Angehörige der türkischen Elite glücklich in dieser Abhängigkeit der Türkei von den Vereinigten Staaten fühlen und deswegen sogar gern auf jede eigenständige Außenpolitik verzichten. Da aber im Irakkrieg die politischen und strategischen Interessen der beiden Länder so ganz offensichtlich nicht mehr gleich, sondern eben unterschiedlich waren, kam es zu Problemen, Verwerfungen und Brüchen.

Obwohl, ähnlich wie in Deutschland, in beiden türkischen Zeitungen eine direkte Kritik gegenüber den USA nicht zu erkennen war, suchte man trotzdem einen Ausweg aus dieser verfahrenen Situation. Gespaltene Gefühle beherrschten den Blick auf Amerika. Die sichtbar werdende Dominanz der USA auch in dieser Weltregion, die oft keine Rücksicht auf die Interessen der Türken nimmt, war gerade für viele Intellektuelle in der Türkei mehr als beunruhigend. Deswegen war der Presse Europas Gegenstimme gegenüber den USA sehr willkommen. Trotz aller Unterschiede der Presseberichte war Europa der Stichwortgeber für die türkische Kritik an der Irakpolitik der Amerikaner. Obwohl die USA in der Türkei bis dahin eigentlich als Land von Demokratie und Menschenrechten galten, verloren sie im Irakkrieg aus Sicht vieler Türken in sehr hohem Maße ihre ihre bis dato vorhandene Glaubwürdigkeit.

Europa kann Nein zu Amerika sagen: Das ist das durchgehende, aber recht ambivalente Charakteristikum der Irakkriegsberichterstattung sowohl in den hier untersuchten türkischen als auch in den deutschen Zeitungen. In der *FAZ* vom 15. Februar 2003 führte dazu Orhan Pamuk, der bekannteste türkische Gegenwartsschriftsteller und Literaturnobelpreisträger von 2006, weiter aus: »Europa versucht mit Hilfe von Deutschland und Frankreich seine eigene Identität zu definieren. Ich begrüße die Bemühungen, den amerikanischen Forderungen zu widerstehen.« Aber Pamuk ist Realist genug, seinen Artikel mit folgenden Worten zu beenden:

> »Europäer und Amerikaner sind sich bewusst, dass sie die Idee und die Stärke dessen ausmachen, was der Rest der Welt voller Abneigung ›den Westen‹ nennt. […] Wenn sie es für nötig halten, werden sie auch darin übereinstimmen, ein weiteres Mal Hunderttausende zu bombardieren und zu töten.« (Pamuk 2003)

5 Die Berichterstattung über die Tibetkrise und die chinesische Olympiade in deutschsprachigen Massenmedien (2008)

5.1 Das Tibet- und das Chinabild in deutschen Massenmedien

Mediale Auslandsbilder zeichnen sich dadurch aus, dass sie sich dem journalistischen Prinzip der (geografischen) Nähe unterordnen. Mit anderen Worten: Medien berichten sehr wenig über Länder, die weit weg vom Rezipienten liegen. Sie tun dies vor allem dann, wenn es um herausragende Events geht, darüber hinaus unterliegen ihre Auslandsbilder historischen Schwankungen. Das gilt auch für das deutsche Chinabild.[1]

Nachdem zu Beginn des 20. Jahrhunderts die Wahrnehmung Chinas in Deutschland vom Bild der *gelben Gefahr* aus der Zeit der sogenannten Boxerunruhen (1900) geprägt war, versank China in Deutschland danach für lange Zeit in einem Aufmerksamkeitsloch. Nach Gründung der kommunistischen Volksrepublik China 1949 konnte das Bild der *gelben* nahtlos in ein Bild der *roten* Gefahr umgewandelt werden. So blieb das Chinabild jahrzehntelang verzerrt und angsteinflößend (Greene 1966). Mit der politischen Öffnung Chinas, einem expandierenden Tourismus und anwachsenden Exporten nach China setzte in Deutschland in den 1980er Jahren ein regelrechter China-Boom ein, und einige Zeit gab es in den Medien ein positives Chinabild. Ab ungefähr 2005 wurde China jedoch wieder zum bedrohlichen, hungrigen Riesen. Chinas ökonomischer Aufstieg wurde als gleichbedeutend mit Deutschlands Abstieg interpretiert. Das Bild der *gelben Gefahr* war wieder virulent, China wurde nun für zahlreiche Wirtschaftsprobleme verantwortlich gemacht (Abwanderung deutscher Firmen, Abbau von Arbeitsplätzen, Erhöhung der Energie-, Rohstoff- und Lebensmittelpreise, Verschlechterung der Produktqualität, Fälschung deutscher Markenartikel usw.).

Diesem bedrohlichen Chinabild geradezu entgegengesetzt ist in den deutschen Medien das Tibetbild seit der Flucht des Dalai Lama 1959 von Tibet nach

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_5,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Indien. Seit einem halben Jahrhundert kann dieses wirkmächtige Tibetbild als Gegenstück zum Chinabild gelten: Buddhistisch, d. h. friedlich und gewaltfrei, kontemplativ, esoterisch, schwach und schutzsuchend wird die Trias aus Tibet, dem Dalai Lama und kultureller Minderheit zu einer Projektionsfläche eigener Miseren und Unzulänglichkeiten. 2008 bot Amazon über den Dalai Lama 728 deutsche und 908 englische Buchtitel an, 13 200 Videos über ihn gab es damals bei YouTube und fast 8 Millionen Einträge ließen sich bei Google ausmachen (Müller und Vougioukas 2008, S. 35). Nirgendwo deutlicher als bei diesem verklärten und romantischen Bild von Tibet zeigt sich der positive Rassismus so mancher Dritte-Welt-Exotik (Schell 1998; Steinberger 2008).

Dieses romantische Tibetbild blendet wenigstens drei Sachverhalte aus. Erstens unterschlägt es, dass es sich bei dem früheren Tibet um einen feudalen Gottesstaat handelte (Goldner 2008), eine kritische Auseinandersetzung damit findet nicht statt. Zweitens thematisiert dieses Bild nicht die auffallende Nähe zwischen dem Dalai Lama und Exponenten aus dem politisch rechten Spektrum Europas. Das gilt in Sonderheit für den österreichischen Bergsteiger Heinrich Harrer (Mitglied der NSDAP, der SA und der SS und – lt. WDR – »persönlicher Liebling von SS-Reichsführer Heinrich Himmler« –), der von 1946 bis 1951 einer der Erzieher des jungen Dalai Lama in Tibet war (Lehner 2007; WDR 2012). Bindemittel zwischen dem Dalai Lama und den deutschen Nationalsozialisten waren Rassismus, Vorstellungen von der eigenen Auserwähltheit gegenüber anderen Ländern und Völkern, schicksalhafte Vorsehungslehren, eine spezifische *braune* Esoterik (Trimondi 2002) und die Beschwörung einer *arisch-tibetischen Allianz*. Eine Kontinuität des Rechtskonservatismus und teilweise auch des Völkischen – entscheidende Aspekte des Verhältnisses zwischen Heinrich Harrer und dem Dalai Lama – zeigt sich in den Beziehungen des Letzteren zu Politikern unterschiedlicher Couleur: von Miguel Serrano, dem Vorsitzenden der NS-Partei in Chile, über den ehemaligen Landeshauptmann von Kärnten, den verstorbenen österreichischen rechtspopulistischen Politiker Jörg Haider, bis hin zu einem CDU-Politiker wie Roland Koch, der auf dem rechten Flügel seiner Partei einzuordnen ist. Drittens blendet das romantische Tibetbild jede Kritik an den undemokratischen Strukturen der Regierung des Dalai Lama im indischen Exil aus. Auf diese drei ausgeklammerten Dimensionen des Tibetbilds verweist das kritische Jahrbuch 2008; sie sind ein prominentes Beispiel dafür, *was 2008 nicht in der Zeitung stand* – so der Untertitel dieser Veröffentlichung (Wisnewski 2009).

In kaum einem anderen Fall von Pressemanipulation wie bei der des Tibetbilds lässt sich so gut dokumentieren, dass die CIA eine bestimmte Darstellung in den westlichen Massenmedien erfolgreich geprägt hat. Diese Manipulationen und die Kooperation mit tibetischen Exilgruppen durch die CIA sind wissenschaftlich gut belegt. Bis zum Ende des Kalten Krieges hatte die CIA auf dem Gebiet Ti-

bets illegal gearbeitet (Conboy und Morrison 2002; Goldstein 2006; Knaus 2003). Ganz legal übernahm dieselbe Aufgabe die von US-Präsident Ronald Reagan 1983 gegründete National Endowment for Democracy (NED), eine öffentliche Stiftung, die vom US-Kongress finanziert wird und die in der ganzen Welt Demokratieförderung betreibt (Barker 2007).

Mit diesem doppelten *agenda setting* und *framing* – China als Bedrohung und Tibet als Ort des Friedens und der inneren Ruhe – hatte eine positive Berichterstattung über die Olympiade in China ein kommunikatives und medienpolitisches Hindernis vor sich, das kaum zu überwinden war.

Bei der Tibetberichterstattung fällt zunächst einmal auf, dass die deutschen Medien zu Beginn der sozialen Unruhen in Lhasa im März 2008 Ursache und Wirkung, Täter und Opfer verwechseln. Während die Unruhen mit einem Gewaltausbruch von Tibetern gegen Han und Hui beginnen, ein tibetischer Mob wütend und brandschatzend durch die Straßen zieht und viele Chinesen getötet werden, berichten die Medien darüber fast gar nicht, vielmehr konzentrieren sie sich auf die Einsätze chinesischer Sicherheitskräfte und richten später den Fokus vor allem darauf, dass Tibet eine chinesische Kolonie, widerrechtlich besetzt und in jeglicher Hinsicht unterdrückt sei. Viele westliche Medien, auch die deutschen, illustrieren ihre Berichte über die Unruhen in Tibet mit Fotos und Filmen, die in Wirklichkeit zeigen, wie die nepalesische Polizei mit Schlagstöcken gegen exiltibetische Demonstranten vorgeht. Diese falschen Bilder werden von mehreren westlichen Medien verbreitet: von *CNN, Fox Television, BBC* und *The Times.* Speziell in Deutschland übernehmen diese Bilder die Fernsehsender *RTL* und *n-tv,* der staatliche Rundfunksender *Deutsche Welle,* die Zeitungen *Berliner Morgenpost, Bild-Zeitung* und das Magazin *Stern.* Während alle großen chinesischen Zeitungen über diese Fehler und falschen Bilder westlicher Medien berichten und während in China in nur kurzer Zeit 200 000 Besucher eine extra eingerichtete Anti-*CNN*-Homepage besuchen, gibt es darüber in Deutschland keine öffentliche Diskussion oder Richtigstellung.[2]

Wie intensiv die Tibetberichterstattung damals war, zeigt eine Untersuchung im Auftrag der Kofi-Annan-Foundation, die das Zürcher Media-Tenor-Institut in Kooperation mit Experten des Dalai Lama erarbeitet hat. In dieser Untersuchung wurde die Tibetberichterstattung von elf TV-Sendern in vier Ländern (Deutschland, USA, Großbritannien und Südafrika) zwischen Juli 2007 und Juni 2008 untersucht. Die März-Unruhen 2008 führten dazu, dass sich zehn Prozent aller TV-Berichte über Asien nur auf Tibet bezogen, dass Tibet und der Dalai Lama noch lange und kontinuierlich nach dem März ein Medienthema waren und dass insgesamt exiltibetische Gruppen ihre Interessen sehr viel besser durchsetzen konnten als China.

Für Deutschland, das über die Heinrich-Böll-Stiftung (Bündnis 90/Die Grü-

nen) und die Friedrich-Naumann-Stiftung (FDP) intensiv und seit Langem mit exiltibetischen Gruppen vernetzt ist, lässt sich in der Tibet- respektive der Anti-China-Berichterstattung insofern noch ein besonderer Medienakzent ausmachen, als zwei international bekannte Tibetaktivisten (David Demes und Florian Gyana Tshang) in Deutschland wohnen, weshalb deren Teilnahme an Protestaktivitäten in Beijing (Demonstration auf dem Platz des Himmlischen Friedens zu Beginn der Olympiade bzw. das Entrollen einer tibetischen Flagge) besondere Aufmerksamkeit in deutschen Medien erfuhr.

Demgegenüber hatte die Berichterstattung über die chinesische Olympiade in Beijing vom 8. bis 24. August 2008 einen ausgesprochen schweren Stand. Im Prinzip konnte sie sich nicht mehr von den Beschädigungen der vorangegangenen Tibetberichterstattung erholen. Strukturell und geschichtlich verhaftet in einem Bild der *gelben Gefahr,* funktionierte die Tibetkrise als Taktgeber für die Themen Unterdrückung, Verletzung der Menschenrechte, Zensur und Mangel an Freiheit. Der Rahmen war vorgegeben und alle weiteren Details wurden so behandelt, dass sie in diesen Rahmen passten: der Vergleich mit der Olympiade der Nazis 1936, Hinweise auf unmenschliche Trainingsbedingungen chinesischer Sportler (besonders von Kindern), Mangel an Pressefreiheit, Nichteinhalten von Versprechen der Regierung (Luftverschmutzung, Doping, Reisefreiheit), politische Tricks bei der Eröffnungsfeier usw. Kurz: Selektive Wahrnehmungen und Selffulfilling Prophecies vor dem Hintergrund eines positiven Bildes von Tibet und Freiheitsaktivisten, Menschenrechten und Pressefreiheit und eines negativen Chinabildes von Unterdrückung und Zwang führten dazu, dass die deutsche Berichterstattung über die chinesische Olympiade aus der Sicht der chinesischen Veranstalter, der Sponsoren der Olympiade und des Sports katastrophal war. Dazu zusammenfassend Helmut Digel, Professor für Sportjournalismus an der Universität Tübingen (2008, S. 68): »Das Merkmal der Einseitigkeit und die Hinwendung zu einer bodenlosen Kritik, d. h. zu einer Kritik, der jegliche empirische Fundierung mangelt, hat nahezu die gesamte Hintergrundberichterstattung der deutschen Massenmedien zu den Olympischen Spielen geprägt. Aus einer internationalen Perspektive zeigt sich dabei, dass die deutsche Sportberichterstattung dabei einen Sonderstatus einnimmt.«

Dieser homogenisierte Mainstream in der deutschen Medienberichterstattung über Tibet und die chinesische Olympiade konnte kaum durchbrochen werden. Die wichtigste Ausnahme bildete die China-Redaktion des staatlichen Radiosenders *Deutsche Welle.* Verantwortet von Danhong Zhang, stellvertretender Leiterin des chinesischen Programms von *DW-Radio,* folgte die Berichterstattung der *Deutschen Welle* dem simplen journalistischen Gebot eines audiatur et altera pars. Hier hörte man sowohl Kritisches über exiltibetische Gruppen als auch Positives über die Olympiade in Beijing. Da die chinesischen Radioprogramme der *Deutschen Welle* nicht in Deutschland, wohl aber in China gehört werden, wurden sie

innerhalb von Deutschland erst dann zur Kenntnis genommen, als in Deutschland lebende chinesische Dissidenten um die Falun-Gong-Anhängerin Xu Pei eine erfolgreiche Pressekampagne gegen das China-Programm der *Deutschen Welle* als Fünfte Kolonne der chinesischen KP begannen, die in einer nichtöffentlichen Anhörung im Bundestagsausschuss für Kultur und Medien im November 2008 gipfelte. Obwohl sich der Deutsche Journalisten-Verband (DJV) hinter die China-Redaktion der *Deutschen Welle* stellte, wurde Danhong Zhang wegen, wie Hans Leyendecker in der *Süddeutschen Zeitung* schrieb, *roter Infiltration* ihres Amtes enthoben (Leyendecker 2009). Im allgemeinen China-Bashing von Politik und Medien gab es in Deutschland nur zwei positive, bemerkenswert kenntnisreiche und sachlich-pragmatisch argumentierende Ausnahmen: zum einen ein langes Interview mit dem früheren Bundeskanzler Helmut Schmidt (SPD) (2008) über China und einen langen Essay über das Verhältnis Tibet – China von der früheren Vizepräsidentin des Deutschen Bundestages Antje Vollmer (Bündnis 90/Die Grünen) (2008).

Kommunikationswissenschaftlich lässt sich nach den Bildern des friedlichen Tibets als *agenda setting* und *framing* mit der aktuellen Berichterstattung über die Tibetkrise und die chinesische Olympiade 2008 ein *priming* ausmachen, also die häufige Wiederholung ein und desselben Motivs als Bahnung für bestimmte Gedächtnisinhalte, also die wiederholte Erregung bestimmter Nervenbahnen, die den Wirkungsgrad von Reizen gleicher Stärke erhöht. Das *priming* für China hielt noch später an: Zur Jahreswende 2008/09, also vier Monate nach der Olympiade, fanden sich in führenden deutschen Zeitungen China-Artikel mit folgenden Überschriften: *Angst vor der Rotchina AG, Chinas Olympischer Geist verweht* oder *Vergessenes Versprechen in China.*

5.2 PR-Agenturen

Unbemerkt von der breiten Öffentlichkeit sind seit Langem neben privaten Unternehmen immer mehr Regierungen, internationale Behörden und Verbände zu den wichtigsten Kunden international agierender PR-Agenturen geworden. In vielen Fällen besteht das oberste Ziel solcher Public Relations darin, die Presse im Interesse des Auftraggebers zu beeinflussen, d. h. *agenda setting* für ganz spezifische Themen und Inhalte ebenso wie *negative campaigning* gegen den politischen Gegner zu betreiben. Exemplarisch sei hier auf die Tätigkeiten der PR-Agentur aspect consulting (Brüssel) für die georgische und die der PR-Agentur GPlusEurope (Brüssel) für die russische Regierung während des fünftägigen Kaukasuskrieges Anfang August 2008 verwiesen (siehe Kapitel 6).

Zu den größten weltweit agierenden PR-Agenturen gehören: Weber Shand-

wick, FleishmanHillard, Hill + Knowlton, Burson-Marsteller, Edelman, Ketchum, Porter Novelli, GCI Group/APCO Worldwide und Ogilvy Public Relations Worldwide. Definitorisch ist bei diesen Verbundgruppen schwer zwischen Werbung und PR zu unterscheiden, nahezu im jährlichen Turnus wechseln die Ranglisten der jeweils größten Agenturen und ebenfalls nahezu jährlich finden unter- und gegeneinander Aufkäufe und Fusionen statt.

Die Tätigkeit US-amerikanischer PR-Agenturen für ausländische Regierungen unterliegt nach dem Foreign Agents Registration Act (FARA) (1938 und 1966) einer Transparenzpflicht. Jeder Bevollmächtigte eines ausländischen Auftraggebers muss im US-amerikanischen Justizministerium (DOJ) in einer Akte detaillierte Angaben über die Bevollmächtigung hinterlegen: Art des Vertrages, Höhe der Einnahmen und der eigenen Ausgaben für den ausländischen Auftraggeber. Diese Angaben sind öffentlich zugänglich. So konnten Mira Beham und der Verfasser für die Balkanregion für den Zeitraum von 1991 bis 2002 insgesamt 157 Verträge zwischen US-amerikanischen PR-Firmen und mehreren Balkanregierungen ausfindig machen und einen empirischen Nachweis darüber führen, dass die verzerrte und international homogenisierte Medienberichterstattung über die ex-jugoslawischen Kriege das bewusst herbeigeführte Ergebnis der Tätigkeit von PR-Agenturen aus den USA war (siehe Kapitel 3). Diese weltweit einzigartige Studie könnte prinzipiell für jede Region der Welt, jeden Zeitraum und alle dort erfassten US-amerkanischen PR-Agenturen wiederholt werden, da die FARA-Akten seit 1938 öffentlich einsehbar sind.

Nach den FARA-Akten waren zwischen 2003 und 2007 insgesamt 25 US-amerikanische PR-Unternehmen für ein Auftragsvolumen von insgesamt 32 Millionen US-Dollar in China aktiv. Gestaffelt nach Jahren waren das (abgerundet): 2003 4 Millionen US-Dollar, 2004 6 Millionen US-Dollar, 2005 11 Millionen US-Dollar, 2006 6,5 Millionen US-Dollar und 2007 5 Millionen US-Dollar. In den Jahren 2006 und 2007 war die US-amerikanische Firma Hill + Knowlton für das Beijing Organizing Committee for the Olympic Games (BOCOG) in Beijing tätig, um für die Olympischen Spiele die Medien- und Öffentlichkeitsarbeit zu übernehmen. Allein das Geschäft mit China und den Olympischen Spielen verschaffte dem Mutterkonzern WPP ein außerordentlich großes Umsatzwachstum. Seltsamerweise verschweigt dessen Tochterunternehmen Hill + Knowlton in den FARA-Akten die Vertragssummen mit dem BOCOG.

Auch Gegner der chinesischen Regierung haben sich in ihrer internationalen Pressearbeit der Hilfe professionell arbeitender PR- und Werbefirmen bedient. Als einer der heftigsten Gegner der Olympischen Spiele und als Verfechter der Prinzipien von Meinungs- und Pressefreiheit im westlichen Sinn betätigte sich sehr medienwirksam weit vor den Olympischen Spielen und auf internationaler Bühne die französische NGO Reporter ohne Grenzen (ROG). In ihrem Rechenschafts-

bericht von 2007 schreibt ROG (RSF 2007): »Das Team der Agentur Saatchi & Saatchi entwickelt und realisiert alle [!] Kommunikationskampagnen der Reporter ohne Grenzen.«

Die beiden Firmen Hill + Knowlton und Saatchi & Saatchi sind zwei der größten und wichtigsten Unternehmen der PR- und der Werbebranche. Bei beiden Firmen gilt es, um die dichte Vernetzung mit sehr einflussreichen und etablierten Politikkreisen in verschiedenen westlichen Ländern Bescheid zu wissen.

Die weltweit bekannte New Yorker Werbeagentur Saatchi & Saatchi gehört zum Werbeimperium der Publicis S. A. Group, einem multinationalen Unternehmen mit Hauptsitz in Frankreich. Zur Kundschaft dieser Firma zählen Weltkonzerne wie Coca Cola, Disney, McDonald's und Toyota, oft auch solche Kunden, die eng mit den außenpolitischen Interessen der USA verflochten sind, wie etwa der Bacardi-Konzern (maßgeblich am Gesetz über den Handelsboykott gegen Kuba von 1996 beteiligt), und nicht zuletzt die US-Armee. Maurice Lévy, Chairman von Publicis, ist nicht nur in Frankreich, sondern auch in den USA eine ungemein einflussreiche, aber im Hintergrund agierende Person. Er ist unter anderem Kommandant der Ehrenlegion, war Regierungsberater im Kampf gegen Drogensucht und Berater der Banque de France. In den USA sitzt er im International Advisory Board des Council of Foreign Relations, also einem der weltweit politisch mächtigsten Gremien der Außenpolitik.

Für den Kosovo kreierte Saatchi & Saatchi eine der innerhalb von Europa in den letzten Jahren spannendsten PR-Kampagnen. Für den damals von nur ganz wenigen Ländern anerkannten Staat organisierte Saatchi & Saatchi im Februar 2008 mit großem Aufwand die Unabhängigkeitsfeiern samt brillantem Feuerwerk, und im Folgejahr polierte die Agentur für rund 6 Millionen Euro Kosovos ramponiertes Image eines kaputten, unterentwickelten und mafiösen Landes zu dem eines Landes mit einer jungen europäischen Identität auf.

Die PR-Firma Hill + Knowlton gehört dem internationalen Werbeunternehmen WPP in London (wie auch Ogilvy & Mather, Young and Rubicam, Burson-Marsteller, J. Walter Thompson, die Agentur Grey und viele andere), einem weltweit führenden Unternehmen im Bereich von Kommunikationsdienstleistungen. Die in den USA ansässige Firma Hill + Knowlton gehört zu den etabliertesten und exzellent vernetzten Agenturen in Washingtoner Regierungskreisen. So war beispielsweise Tom Hoog, Hill + Knowltons Chairman von 1996 bis 2001 und heutiger Seniorberater, Politikberater des demokratischen US-Senators Gary Hart, dessen Präsidentschaftswahlkampagne im Jahr 1984 er leitete. Der stellvertretende Agenturchef Craig Fuller war zuvor Stabschef bei US-Präsident George Bush senior gewesen. Und Victoria Clarke wurde nach ihrer Zeit als General Manager des Washingtoner Büros von Hill + Knowlton im Mai 2001 zum Assistant Secretary of Defense for Public Affairs ernannt.

Mit Einnahmen von 177 Millionen US-Dollar im Jahr 2000 machte Hill + Knowlton den dritthöchsten Umsatz der Branche in den USA in diesem Jahr. Weltweit nahm die Firma im selben Jahr mehr als 300 Millionen US-Dollar ein. Nach verschiedenen Geschäftsberichten von Hill + Knowlton zählen zu ihren Kunden neben der US-Regierung u. a. die Regierungen von Botswana, Uganda, Japan, Vietnam und Australien genauso wie der Klimagipfel von Kopenhagen oder Branchenriesen wie Kellogg's, Boeing, GlaxoSmithKline, Motorola, Procter & Gamble, Reebok, Unilever und Walmart. Zu China und zur chinesischen Regierung verfügt Hill + Knowlton schon seit 1989, als es darum ging, Chinas Image nach dem Tiananmen-Square-Massaker international wieder aufzubessern, über enge Kontakte.

Im weltweiten medialen Zusammenprall von Zensurvorwürfen (Reporter ohne Grenzen) und der schönsten aller bisherigen Olympiaden (Beijing Organizing Committee for the Olympic Games) stießen mit einerseits WPP (Hill + Knowlton) und andererseits Publicis (Saatchi & Saatchi) die beiden Hauptkonkurrenten um den weltweiten PR- und Werbemarkt aufeinander. Zugespitzt gesagt: Das mediale Weltbild sowohl von der Tibetkrise als auch von der Olympiade in China war das Ergebnis der Tätigkeit von zwei miteinander konkurrierenden westlichen PR-Firmen.

5.3 Non Governmental Organizations (NGOs)

Es kann als kommunikationswissenschaftlicher Allgemeinplatz gelten, dass eine erfolgreiche Medienwirkung nicht nach dem Prinzip des *Nürnberger Trichters* funktionieren kann. Eine Werbe- und Manipulationsstrategie – und sei sie noch so klug ausgedacht –, nach der bestimmte Botschaften einfach ungefiltert von oben nach unten durchgegeben werden und dort erfolgreich wirken, gibt es nicht. Effektiv kann eine Medienwirkungsstrategie des *agenda setting von oben* nur unter der Bedingung sein, dass es *unten* eine Art soziales Widerlager gibt, das den Kommunikationsimpulsen von oben (bewusst oder unbewusst) positiv, reaktiv, prosozial und reflexiv zu- und entgegenarbeitet. Bei Regierungspropaganda kommt diese Rolle sehr häufig NGOs zu. Genau sie sind es, die gegenüber dem allgemeinen Publikum die Glaubwürdigkeitslücke zwischen oben und unten schließen müssen. Und diese NGOs betreiben prioritär Aufmerksamkeits- und Medienarbeit für die *gute* Sache.

Viele NGOs sind – entgegen einer allgemeinen Annahme – oft nur dem Schein nach regierungsunabhängig. Ganz im Gegenteil. Aufgrund staatlicher Finanzleistungen sowie personeller und politischer Verflechtungen sind viele NGOs nichts anderes als staatliche Vorfeldinstitutionen, die in staatlichem Interesse handeln.

Tabelle 5.1 Pro-tibetische und antichinesische Aktivitäten der National Endowment for Democracy (2007)

finanzielle Förderung folgender pro-tibetischer Aktivitäten und Gruppen	**finanzielle Förderung folgender antichinesischer Aktivitäten und Gruppen**
Gu-Chu-Sum Movement of Tibet; International Campaign for Tibet (ICT); International Tibet Support Network (ITSN); Khawa Karpo Tibet Cultural Centre Charitable Trust; Social and Resource Development Fund (SARD); Social, Economic & Cultural Development Fund Tibetan Literacy Society; Tibet Museum; Tibetan Centre for Human Rights and Democracy (TCHRD); Tibetan Parliamentary and Policy Research Centre (TPPRC); Tibetan Review Tibetan Women's Association (TWA); Tibetan Writers Abroad PEN Center undVoice of Tibet.	American Center for International Labor Solidarity; American Federation of Teachers Educational Foundation (AFTEF); BBC World Service Trust; Beijing Spring Magazine; Beijing Zhiaixing Information Counseling Center; Center for International Private Enterprise (CIPE); Center for Modern China; China Aid Association; China Free Press; China Information Center; Democratic China; Education Rights Working Group (ERW); Foundation for China in the 21st Century; Human Rights in China (HRIC); Independent Chinese PEN Center; International Republican Institute; Laogai Research Foundation; Open Magazine Publishing; Reporters Without Borders; Southern Mongolia Human Rights Information Center (SMHRIC); Yirenping Information and Counseling Center; Civic Exchange; Hong Kong Human Rights Monitor.

Quelle: Homepage der National Endowment for Democracy

Das wurde in den letzten Jahren besonders beim Engagement vieler NGOs in den sogenannten bunten Revolutionen in Osteuropa deutlich, die sich bei näherem Hinsehen oft als von der Regierung der USA finanzierte und keinesfalls autonom handelnde Gruppen herausstellten (Becker 2006; Huber 2005; Sussman 2010). Deshalb spricht die kanadische Ethnologin Mariella Pandolfi (2000) bewusst nicht mehr von NGOs, sondern von einer international agierenden Menschenrechtsindustrie. Nach einer Meldung der *Frankfurter Allgemeinen Zeitung* arbeiten gegenwärtig rund 10 000 ausländische NGOs in China – davon sind rund 6 000 NGOs aus den USA (Kolonko 2015, S. 5).

Wie Tabelle 5.1. detailliert zeigt, finanzierte die National Endowment for Democracy (NED) allein im Jahre 2007, also ein Jahr vor der Olympiade, eine Vielzahl von protibetischen und antichinesischen Aktivitäten. Und diese Stiftung, darauf wurde bereits verwiesen, ist eine öffentliche Stiftung, die vom US-Kongress finanziert wird und die in der ganzen Welt eine sogenannte Demokratieförderung betreibt (Barker 2007). Man dürfte der NED nicht unrecht tun, würde man ihr Handeln als offiziös beschreiben. Unter Umgehung regierungsamtlicher Vorschriften und Regularien kann die NED im Ausland eine regierungsnahe Kultur- und Medienpolitik betreiben, ohne dass die US-Regierung für dieses Handeln verantwortlich gemacht werden kann.

Seit 2005 fanden an verschiedenen Orten der Welt (u. a. Brüssel, New Delhi, Dharamsala) mehrere International Tibet Support Groups Conferences statt. Finanziert mit staatlichen und halbstaatlichen Mitteln aus den USA und Deutschland ging es auf diesen Konferenzen um folgende Themen: Koordination und Kooperation der verschiedenen Tibet-NGOs, strategischer Wechsel von der Forderung einer Autonomie zu einer Unabhängigkeit Tibets und Vorbereitung von Aktionen und Medienkampagnen gegen die Olympiade in Beijing. Von herausragender Bedeutung war bei diesen Treffen die Gründung von zwei antichinesischen Dachorganisationen, nämlich von Support Team Tibet/National Olympic Commission (NOC) Tibet und des Tibetan People's Uprising Movement.

Wenn man sich die politischen und finanziellen Förderer dieser vielen exiltibetischen NGOs näher ansieht, bewegt man sich immer weiter von irgendwelchen kleinen Grasswurzelbewegungen weg und hin in Richtung auf wichtige politische Persönlichkeiten in den informellen sozialen Netzwerken der US-amerikanischen Außenpolitik. Man muss solche informellen Netzwerke analysieren, nicht aber die formale Zugehörigkeit zu irgendeinem Ministerium oder zu einem Parlament. Zu solchen informellen Netzwerken gehören u. a. der Mehrfachmilliardär und Unternehmer George Soros, Carl Gershman, Chairman der NED, oder Paula Dobrianski, die ehemalige Staatssekretärin für globale Angelegenheiten im US-Außenministerium, die sich 2007 in Dharamsala mit führenden Tibet-Aktivisten traf.

Von den zahlreichen Aktionen und höchst professionellen Medienkampagnen der exiltibetischen NGOs im Vorfeld der Olympiade soll hier nur kurz auf die Aktivitäten des in Wien lebenden Lobsang Yeshi (ehemaliger Präsident des Tibetan Youth Congress) eingegangen werden. Mit der Dachorganisation Support Team Tibet inszenierte er 2007 einen medial perfekten Coup: Mehrere exiltibetische Organisationen formten ein quasi fiktives Tibetisches Olympisches Komitee, das es sich zum Ziel gesetzt hatte, die Teilnahme Tibets an den Spielen in China durchzusetzen. Ein völlig utopisches Ziel, da nur anerkannte Staaten teilnehmen dürfen, aber in Sachen Medienrezeption sehr effektiv. Neben Lobsang Yeshi war für dieses Medienprojekt der Tibeter Wangpo Tethong verantwortlich, der noch Anfang der 1990er Jahre Mitarbeiter der grünen Bundestagsabgeordneten Petra Kelly war. Wangpo Tethong ist inzwischen Mitarbeiter der Schweizer Firma Kampagnenforum in Zürich, die für NGOs (z. B. Greenpeace) Kampagnen organisiert und durchführt. Wie professionell die Medienarbeit der verschiedenen exiltibetischen NGOs ist, zeigt u. a. auch der Einsatz von Schauspielern, die auf Pressefotos polizeiliche Gewalt in Tibet drastisch nachahmen, um sie so dem Publikum nahezubringen. Eine Art Höhepunkt dieses Fake-Journalismus war ein Artikel in der *Frankfurter Rundschau* von Ende Dezember 2008. Da man als Journalist nicht

Abbildung 5.12 Nachgestelltes Folterfoto in der *Frankfurter Rundschau*



Quelle: Frankfurter Rundschau vom 27./28. Dezember 2008, S. 6

nach Tibet einreisen dürfe, habe man die Brutalität chinesischer Polizisten gegenüber Tibetern einfach nachgestellt und imitiert (Abbildung 5.1).

Neben der Gruppe der von den USA finanzierten NGOs fällt als weitere gegen China und die Olympiade arbeitende NGO die französische Gruppierung Reporter ohne Grenzen (RoG) auf. Zu ihren Finanziers gehörten in den letzten Jahren neben George Soros die National Endowment for Democracy (NED), die französische Regierung und die EU-Kommission. Der von der NED an RoG 2007 zur Verfügung gestellte Finanzbetrag gilt explizit Medienaktivitäten gegen China. 2007 widmete sich RoG schwerpunktmäßig dem Thema Internetzensur in China, nannte die VR China das weltweit größte Gefängnis für Cyber-Dissidenten und startete speziell wegen der Olympiade eine weltweite große Kampagne gegen China, in der sie die chinesische Regierung in neun Punkten aufforderte, auf jegliche Internetzensur zu verzichten. Robert Ménard, Gründer und (bis vor Kurzem) Präsident von Reporter ohne Grenzen, ist eine politisch einflussreiche Persönlichkeit. Bei einem Treffen mit dem ehemaligen französischen Außenminister Bernard Kouchner im August 2007 sichert ihm dieser seine Unterstützung bei den gegen China gerichteten Aktivitäten zu. Im April 2008 besuchte dann Kouchner den Deutschen Bundestag genau an dem Tag, an dem das deutsche Parlament eine Plenardiskussion über weltweite Internetzensur führte; während dieser Diskussion bezogen sich mehrere Abgeordnete auf Analysen von RoG.

Auch wenn darüber, wie PR-Firmen internationale Politik und internationale Medienbeziehungen zunehmend beeinflussen und möglicherweise sogar dominant prägen, noch sehr viel Forschung (vgl. Cowan und Cull 2008) nötig ist, kann man schon heute im Vergleich zu den höchst kontroversen Debatten um die Internationale Neue Informationsordnung (NIIO) in der UNESCO der 1970er und 1980er Jahre einen markanten Unterschied festhalten. Ging es damals vornehmlich um die Weltmachtdominanz von nur fünf global arbeitenden Pressenachrichtenagenturen, so haben deren Position inzwischen nur wenige global arbeitende PR-Firmen übernommen. In nur dreißig Jahren hat sich die internationale medienimperialistische Kommerzialisierungs-Dynamik weiter verstärkt. Mit dieser Kommerzialisierung geht ein Prozess von Privatisierung einher, der den internationalen Raum von Öffentlichkeit zutiefst intransparent macht.

Der georgisch-russische Medienkrieg (2008–2010)

6

Der US-amerikanisch-französische Schriftsteller Jonathan Littell hat nicht nur den Bestseller *Die Wohlgesinnten* veröffentlicht, sondern auch ein *Georgisches Reisetagebuch* über seine Reise in den Kaukasus im August 2008. Darin findet der Leser – quasi ganz nebenbei – auch die folgende Passage:

> »Konkurrierende Versionen [über den Kaukasuskrieg vom August 2008], denen sehr reale politische Interessen zugrunde liegen, werden durch einen aufwendigen, mehr oder weniger raffinierten PR-Apparat – das, was man früher Propaganda nannte – unterstützt. Auf der russischen Seite bleiben die Methoden ziemlich primitiv: Während die Bürger, da der Kreml die Presse fast vollständig kontrolliert, kaum eine Alternative zur offiziellen Version der Ereignisse haben, ist diese für ausländische Beobachter wenig überzeugend, so wenig wie die ursprüngliche Anschuldigung des ›Völkermords‹. Auf der georgischen Seite dagegen bedient man sich modernster Methoden. So hat die Regierung eine belgische PR-Firma, Aspect Consulting, damit beauftragt, ihre Sicht der Außenwelt zur Kenntnis zu bringen. Der Firmengründer Patrick Worms, den die russischen Medien ›den belgischen Meister der schwarzen PR‹ getauft haben, hat in jeder wichtigen europäischen Hauptstadt eine Arbeitsgruppe eingerichtet und setzt täglich eine Flut von Informationen und Schönfärbereien in die Welt, die die offizielle Version glaubhafter machen soll. Persönlich scheint er an das zu glauben, was er verbreitet.
>
> ›Hier draußen braucht man nicht aus Scheiße Gold zu machen.‹ Eines seiner größeren Projekte, das er zusammen mit Giga Bokeria [dem stellvertretenden Außenminister Georgiens] realisierte, war eine offizielle Chronologie der Ereignisse, die Ende August an ausländische Journalisten und Diplomaten in Tiflis verteilt wurde. Nun wird aber in dieser sogenannten Zeitschiene der Aggression ohne irgendeinen Beweis einfach festgestellt: ›Ungefähr 150 Panzer- und Militärfahrzeuge der regulären russischen Armee drangen am 7. August in den Roki-Tunnel ein und rückten gegen Zchinwali vor.‹ Patrick Worms hat einigen Journalisten einen Entwurf dieses Dokuments vor-

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_6,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

> gelegt, in dem er den von Bokeria vorgeschlagenen Text kommentiert. An dieser Stelle lautet seine Anmerkung vom 21. August: ›Wann *genau?* Und woher wissen wir das? Und seit wann wissen wir es? Bevor sie in den Roki einfuhren oder seit sie ihn verlassen haben? Das ist der entscheidende Punkt, von dem alles, was wir sagen oder tun, abhängt!‹ Gute Fragen, die in der endgültigen Version unbeantwortet bleiben.« (Litell 2008, S. 16 f.)

Was ein Schriftsteller in dieser Passage quasi nebenbei erzählt, lässt sich auch wissenschaftlich recherchieren, wenn auch unter erschwerten Bedingungen, da PR-Agenturen das Licht der Öffentlichkeit sehr scheuen.

Die georgische Regierung unter Michael Saakaschwili hat allein im Jahre 2008 eine größere zweistellige Millionensumme an US-amerikanischen Dollars für Medienmanipulation, Werbung und Public Relations ausgegeben, um ihr Image als junge, westlich orientierte Demokratie bei der NATO, in den USA und in Westeuropa hoffähig zu machen. Im Jahre 2008 verteilten sich Lobbying und PR für Saakaschwili auf drei westliche Profis: Orion Strategies, Squire-Sanders Public Advocacy – beide mit Sitz in Washington – und Aspect Consulting in Brüssel, London und Tiflis. Die Orion-Gruppe war in der Hand des Lobbyisten Randy Scheunemann, dem früheren außenpolitischen Berater des republikanischen US-Präsidentschaftskandidaten John McCain, und bei Squire-Sanders hatte das Sagen Patrick O'Donnell, früher Rechtsberater der US-Präsidenten Nixon und Ford.

Der wichtigste PR-Partner für die georgische Regierung war die PR-Agentur Aspect. Diese Agentur hat ihren Sitz in Brüssel und Niederlassungen in Paris, Hamburg und Tripoli in Libyen. Während die Tätigkeit einer großen westlichen PR-Agentur im gegenwärtigen Libyen ausgesprochen seltsam erscheint, klingen alle weiteren Angaben dieser Agentur laut ihrer eigenen Homepage höchst normal und überaus professionell. Aspect Consulting sieht sich als eine »strategisch handelnde Kommunikationsagentur«, »die ihren Klienten hilft, ihre Geschäfts- und Organisationsziele durch Kommunikation zu erreichen. Unser Ziel besteht darin, solche PR-Kampagnen zu entwickeln, die gleichermaßen von den Managern auch vom Kommunikationsteam eines Unternehmens geschätzt werden.« (http://www.aspectconsulting.eu; letzter Abruf am 29. Juni 2015)

Unter der Überschrift »Georgien hat die PR-Schlacht gewonnen« schrieb Peter Wilby in »The Guardian« am 18. August 2008: »Und er [Präsident Michael Saakaschwili] hat eine PR-Firma, nämlich Aspect Consulting, mit Sitz in Brüssel, London und Paris, die auch für Exxon Mobil, Kellogg's und Procter & Gamble arbeitet« (Wilby 2008). Führender Kopf von Aspect ist der Mitgründer James Hunt, der vor der Firmengründung im Jahre 2004 bei den internationalen Agenturen BSMG/Weber Shandwick, Ketchum und Hill + Knowlton gearbeitet hatte. Hunt hat vielen Konzernen, die unter großem öffentlichen Legitimationsdruck standen,

erfolgreich die Kohlen aus dem Feuer geholt. In der Brent-Spar-Krise (1995) stand er Shell zur Seite, bei der BSE-Krise (2001) half er McDonalds, und beim Grusel-Thema »Frankenstein-Fressen« aus genetisch veränderten Nutzpflanzen engagierte er sich für verschiedene Auftraggeber. Weitere Kunden von Aspect sind oder waren: AkzoNobel, der Chemie-Riese DSM, der Bananenkonzern Chiquita, das UK Defence Forum in Westminster, das Marketing-Unternehmen Amway und die Europäische Frühstücksgesellschaft für Cerealien (CEEREAL) (vgl. http://www.aspectconsulting.eu; letzter Abruf am 29. Juni 2015).

Während am 8. August 2008 morgens um 6 Uhr bereits georgische Truppen und Panzer nach Süd-Ossetien einbrachen und schlafende Menschen töteten, demonstrierte die georgische Regierung robustes Krisenmanagement: Am Morgen des 8. August 2008 veranstaltete der georgische Premierminister Lado Gurgenidze ein gut besuchtes Investorentreffen mit fünfzig wichtigen US-amerikanischen Bankern. Hier wurde die Melodie intoniert, die dann in den nächsten Kriegstagen erfolgreich durch die globale Medienwelt ging: »Brutal erdrückt der grausame russische Bär ein kleines demokratisches Land!« und Staatspräsident Micheil Saakaschwili kann genau diese Botschaft in vielen Interviews mit *CNN* und *BBC* ein ums andere Mal wiederholen, findet sogar am 11. August 2008 – also mitten im Krieg – Zeit, unter dem Titel *Der Krieg in Georgien ist ein Krieg für den Westen* einen Beitrag im *Wall Street Journal* zu publizieren.

Der Einmarsch der georgischen Truppen nach Süd-Ossetien am Morgen des 8. August dürfte nicht zufällig auf genau diesen Tag datiert worden sein, war es doch gleichzeitig auch der Tag, an dem in Beijing die Olympiade eröffnet wurde. So wurden im TV die Eröffnungsfeier der Olympiade und die nächsten 14 Tage des olympischen Friedens permanent durch Russland als Aggressor und Bösewicht überlagert (siehe Kapitel 5).

Allein am Sonntag, den 10. August 2008, wurden 20 Presseinformationen an alle wichtigen westlichen Medien verschickt – insgesamt 70 waren es an den gesamten fünf Kriegstagen. Die Sprache dieser Mitteilungen war klar und deutlich. »Russland attackiert nach wie vor Zivilbevölkerung«, »intensives« Bombardement der Hauptstadt Tiflis, europäische »Energiezufuhr« durch russische Bomben nahe von Pipelines gefährdet, russische Blockade eines »humanitären Schiffes mit Weizen«, »Besetzung Georgiens« oder Saakaschwili unterrichtet den Internationalen Strafgerichtshof in Den Haag über die Gefahr »ethnischer Säuberungen«. Zwar waren Meldungen, dass russische Jets Tiflis intensiv bombardieren würden und russische Truppen Gori eingenommen hätten, krasse Lügen, doch bestand die Sprache der Pressemitteilungen aus genau den Wörtern und Begriffen, die die westlichen Medien aus den Balkankriegen kannten – zivile Opfer, humanitär, Besetzung, ethnische Säuberung – und die die psychologische Vorbereitung und Einstimmung der Bevölkerung für eine humanitäre Intervention der

NATO waren. Nach Ende der Kampfhandlungen sagte James Hunt in einem Interview mit dem Fachmagazin *PR Week:* »Es gibt Agenturen, die für Russland arbeiten. Ich weiß nicht, wie man sich bei einem derartigen Auftraggeber wohl fühlen kann. Ich glaube, ich war einfach auf der Seite der Engel.« Bei den Journalisten hätte die Agentur ganz einfach an das »Gefühl von richtig und falsch appelliert« (zit. nach Cartmell 2008).

Inzwischen ist dieser reale Krieg vom August 2008 längst vorbei und eine von der EU-Kommission eingesetzte Untersuchungskommission, die sogenannte Independent International Fact-Finding Mission on the Conflict in Georgia unter Leitung der Schweizer Diplomatin Heidi Tagliavini, hat im September 2009 eindeutig und unzweifelhaft auf Seite 19 im 1. Berichtsband festgestellt:

> »Die offenen Feindseligkeiten begannen mit einer großen georgischen Militäroperation gegen die Stadt Tskhinvali und Umgebung in der Nacht vom 7. auf den 8. August 2008. Diese Operation begann mit einem massiven georgischen Angriff der Artillerie.« (Int. Fact-Finding Mission. Vol. 1 2009, S. 19)

Diese beiden Sätze wurden bislang in keinem georgischen Massenmedium erwähnt, und wenn auch der reale Krieg längst vorbei ist, so ging der Medienkrieg zwischen Georgien und Russland unverdrossen weiter. Und im übrigen verbreiten auch deutsche Medien bis auf den gegenwärtigen Tag die Mär, Russland habe sich 2008 Georgien einverleiben wollen.

Das in Tiflis in Georgien erscheinende englischsprachige Magazin *Weekly Georgian Journal* zeigte auf dem Titelblatt seiner Ausgabe vom 12./18. November 2009 einen jungen russischen Soldaten, der die vier georgischen Jugendlichen bewacht, die Anfang November die Grenze von Georgien nach Südossetien überquerten und dort seitdem widerrechtlich zurückgehalten werden. Doch der Leser traut seinen Augen kaum. Auf dem Ärmel der russischen Uniformjacke prangt ein großes Hakenkreuz! Ein Hakenkreuz auf einer russischen Uniform? Ganz offensichtlich eine Bildmontage, um die Russen medial wieder einmal als zum Reich des Bösen gehörig zu verdammen. Im Zeitalter digitaler Bildmanipulationen übrigens eine recht plumpe Fälschung – hier wurde offensichtlich noch mit Schere und Klebstoff manipuliert.

Wer dieses Bild sieht und analysiert, wundert sich nicht, denn regierungsunabhängige Medien gibt es in Georgien nicht. Stattdessen drangen zum Beispiel Spezialeinheiten der Regierung Saakaschwili am 7. November 2007 in den Senderaum des oppositionellen TV-Senders *Imeti* (Hoffnung) ein und übernahmen ihn. Seit 2007 gibt es mit *Sakartvelo* (Georgien) sogar ein staatliches Militärfernsehen, das die Bevölkerung mit martialischen Kriegsfilmen zu Patriotismus und Militarismus erziehen will, ganz ähnlich den regierungsamtlichen Jugendcamps, in denen

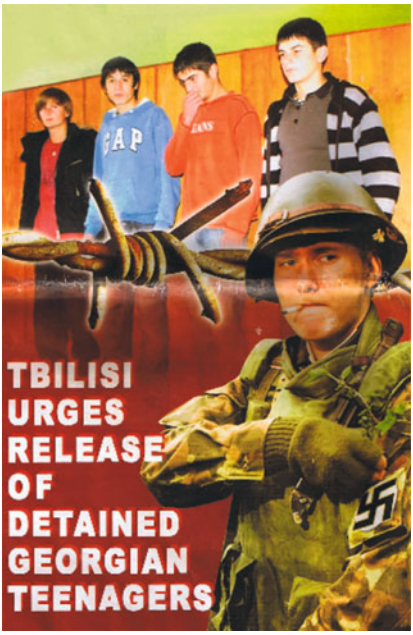


Abbildung 6.1 Umschlagbild des *Weekly Georgian Journal* (2009)

allein von 2004 bis 2010 rund 100 000 georgische Jugendliche zu autoritärem Verhalten und Führerkult erzogen wurden. Und im staatlich kontrollierten TV-Kanal 1 gibt es durchaus auch mal eine Kinderstunde, in der Kinder im Kindergartenalter auf einer Landkarte die Grenzen Georgiens mit Soldaten umstellen und dabei auch Schiffe an Georgiens Westküste im Schwarzen Meer einsetzen. Genauso wenig, wie es in Georgien unabhängige Medien gibt, gibt es eine unabhängige Opposition. So waren zum Beispiel die lang anhaltenden und großen Demonstrationen gegen Saakaschwili auf den Straßen von Tiflis im Frühjahr 2009 von der georgischen Mafia unter Leitung von Lascha Schuschanaschwili unterwandert.

Zum langen georgisch-russischen Medienkrieges gehört auch der Jubel- und Kriegsfilm *5 Days of War* des finnisch-US-amerikanischen Filmregisseurs Renny Harlin vom Filmstudio *Rexmedia* aus Los Angeles, der im Juni 2011 Premiere hatte. Selbstverständlich werden die Russen hier als Bestien und Wilde gezeigt und selbstverständlich wird Saakaschwili nochmals als Opfer und Sieger abgefeiert, völlig unbenommen der historischen Wahrheit. Beim Motion Picture Rating erhielt dieser Film übrigens ein R »for strong bloody war violence and atrocities, and for pervasive language«.

Wer hat diesen Multi-Millionen Film mit dem kubanisch-US-amerikanischen Hollywoodschauspieler Andy Garcia in der Rolle von Saakaschwili bezahlt? Interviews des Verfassers mit Oppositionspolitikern in Tiflis legen den Verdacht nahe, dass das Georgian National Film Centre bei der Erstellung des Scripts geholfen sowie weitere Starthilfen gegeben hat. Sicher ist auch, dass der damalige stellvertretende georgische Kulturminister Mirza (Papuna) Davitaia einer der Ko-Produzenten des Films war. In der georgischen Presse wurde damals die Behauptung strikt zurückgewiesen, dass dieser Film von der georgischen Regierung finanziert sei, ansonsten finden sich nur vage Hinweise auf eine völlig normale Finanzierung mittels privaten Equity-Kapitals, Vorverkäufen und einer Bankenfinanzierung. Wer sich freilich hinter dem privaten Equity-Kapital verbirgt, darüber kann nur spekuliert werden – möglicherweise handelt es sich um den georgischen Staat oder auch um das International Republican Institute, in dem der US-amerikanische Georgien-Lobbyist Randy Scheunemann Sitz und Stimme hat. Der Film erhielt überwiegend negative Kritiken, und er zog nur wenig Aufmerksamkeit auf sich.

Der georgisch-russische Medienkrieg spielte sich selbstverständlich nicht nur im Bereich des Films ab, sondern vor allem in dem des Fernsehens. So beschuldigte im Januar 2010 der georgische TV-Sender *First Caucasian News (PIK)* das russische Medienunternehmen *Gazprom Media,* die Ausstrahlung der PIK-Programme dadurch zu verhindern, dass man beim französischen TV-Satellitenkonsortium *Eutelsat* die entsprechenden TV-Frequenzen weggekauft habe. Pikant war dieser Vorwurf insofern, als es die erklärte Absicht von PIK gewesen war, Russen außerhalb von Georgien für die georgische Sache zu gewinnen. In einer zweistündigen Rede bei der Eröffnung dieses TV-Senders hatte Präsident Saakaschwili Russland hart attackiert und den Nordkaukasus als ein von Russland umzingeltes Getto bezeichnet. Ferner beschuldigte die georgische Seite Russland, es betreibe üble Propaganda und habe *Eutelsat* erheblich unter Druck gesetzt. Russland wiederum beteuerte, dass *Eutelsats* Entscheidung rein betriebswirtschaftlicher Natur gewesen sei. Im Westen wurde dieser Konflikt mit großem Interesse wahrgenommen und mit deutlich antirussischen Tönen kommentiert. Freilich hatten die westlichen Medien bei dieser Berichterstattung recht schnell »vergessen«, dass *Eutelsat* Ende Mai 1999 die Ausstrahlung der TV-Signale des serbischen Staatsfernsehens RTS auf Druck der USA – ohne Ankündigung und über Nacht – einfach abgebrochen hatte.

Die westliche Medienberichterstattung entwickelte sich entlang der folgenden Zeitachse:

- Georgisches Fernsehen wird von »Russland blockiert« (*BBC,* 1. Februar 2010),
- russischer TV-Kanal in Georgien mit Startschwierigkeiten (*BBC,* 2. Februar 2010),

- russischer TV-Kanal in Georgien gibt an, dass ihm ein russisches Unternehmen die Frequenzen weggenommen habe (*The New York Times,* 2. Februar 2010),
- der TV-Sender *First Caucasian News* verklagt *Eutelsat* (*AFP,* 4. Februar 2010),
- klare Signale von *Eutelsat* (*Wall Street Journal Europe,* 4. Februar 2010),
- Reichweite des Kreml. Ein Leserbrief (*The Times,* 4. Februar 2010),
- russischer TV-Kanal in Georgien verliert französischen »Zensurprozess« (*BBC,* 14. Juli 2010).

Während die Headline »klare Signale« vom 4. Februar 2010 bereits andeutete, dass der russische TV-Sender in Georgien keine guten juristischen Chancen vor einem französischen Gericht hatte, beendet die Headline vom 14. Juli 2010 diesen medialen Kriegsschauplatz, denn der georgische TV-Sender PIK verlor seinen Prozess gegen *Eutelsat.* Nach Prozessende verschob sich der georgisch-russische Medienkrieg von Georgien nach Belarus (Weißrussland). Im Sommer desselben Jahres gab es sowohl in russischen als auch in belarussischen TV-Kanälen Fernsehdokumentationen und Interviewsendungen, in denen die politischen Führungskräfte des jeweils anderen Landes verleumdet wurden. So strahlte beispielsweise der russische TV-Sender *NTW* zwei Dokumentationen aus, in denen der belarussische Präsident Lukaschenko als Mafiapate porträtiert wurde, während das belarussische Staatsfernsehen dem georgischen Präsidenten Saakaschwili ausführliche Sendezeit überließ, die russische Führungselite zu attackieren. Wiederum verfolgten die westlichen Medien diesen Medienkrieg zwischen den verschiedenen ehemaligen Sowjetrepubliken mit Spott und Häme, ohne dabei ihre kleinen Attacken gegen Russland zu unterlassen:

- Belarus und Georgien würden plötzlich gemeinsam aus der Hüfte gegen Russland schießen (*The Guardian,* 22. Juli 2010),
- vom Ausbruch eines Medienkrieges zwischen zwei eigentlich Verbündeten ist die Rede (*The Economist,* 22. Juli 2010),
- Russland wolle »den letzten Diktator in Europa« stürzen (*The Independent,* 23. Juli 2010),
- im Informationskrieg sei eine TV-Dokumentation die letzte Salve (*The New York Times,* 31. Juli 2010).

In diesem zuletzt genannten Artikel schrieb Michael Schwirtz, Korrespondent der *New York Times,* am 31. Juli 2010:

> »Das Erste Staatliche TV-Programm aus Belarus brachte ein Interview mit Georgiens Präsident Michael Saakaschwili, den die russische Führung inzwischen als Schurken

bezeichnete und der in russischen TV-Sendungen wenig schmeichelhaft davonkam. In einem Interview nannte Saakaschwili die russische TV-Dokumentation über Lukaschenko verlogen und verwies auf die vielen politischen Morde in Russland. ›Das alles riecht nach einem Propagandakrieg‹, sagte Herr Saakaschwili. In einer Reaktion auf dieses Interview sagte Boris Gryzlov, Sprecher des russischen Parlamentes, Saakaschwili sei ein ›Bandit‹ und drohte gegenüber Belarus mit Konsequenzen. ›Jeder, der Saakaschwili die Gelegenheit gibt, sich als Präsident aufzuspielen, gerade auch in einem anderen Land, muss damit rechnen, dass eine solche Entscheidung die Beziehungen dieses Landes mit Russland berührt.‹«

Doch der georgisch-russische Medienkrieg war damit noch nicht vorbei. Denn am 20. Mai 2011 schrieb die italienische Zeitung *Corriere della Sera:* »Russia e Georgia sempre in Guerra dopo l'Ossezia tocca al Cinema«, also »Russland und Georgien immer im Krieg. Nach Ossetien ist das Kino dran« (Dragosei 2011). Das Problematische am georgisch-russischen Krieg von 2008 ist die Tatsache, dass für Entscheidungen in der internationalen Politik erstens ein Medienkrieg wichtiger als ein realer Krieg ist und dass zweitens dieser Medienkrieg so lange andauerte.

Solche Überlegungen leiten dann zu einem weiteren Problem über.

- Während die Brüsseler PR-Agentur Aspect Consulting für Georgien arbeitete, war eine andere Brüsseler PR-Agentur für Russland aktiv, nämlich die Europa-Abteilung von GPlus. Mit anderen Worten: So mancher in den Medien porträtierte Konflikt hat nichts mit dem wirklichen Konflikt zu tun, sondern ist ein sozial konstruierter Konflikt von zwei miteinander ökonomisch konkurrierenden und um die mediale Aufmerksamkeit ringenden PR-Agenturen. Für die Berichterstattung über die Unruhen in Tibet und die Olympiade in China im Jahre 2008 konnte bereits gezeigt werden, dass es sich um eine Auseinandersetzung zwischen den beiden rivalisierenden westlichen PR-Agenturen Saatchi & Saatchi (pro Tibet, anti-China) versus Hill + Knowlton (pro China) handelt (vgl. Kapitel 5). Zwar gab es zwischen diesen beiden PR-Agenturen keine intentionale Konkurrenz, wohl aber eine faktische. Mit einem solchen Wettbewerb verschieben sich dann aber auch die Koordinaten der Außenpolitik. Wer bestimmt die Außenpolitik? Staatliche Akteure oder die Umsatzinteressen von PR-Agenturen mit ihren sehr spezifischen und eigenen sozialen Netzwerken in den Institutionen staatlicher Außenpolitik?
- Bei allen wichtigen internationalen Konflikten geht es den an der sozialen Konstruktion beteiligten PR-Agenturen primär und wirklich in allererster Linie darum, ihre Botschaften in US-amerikanischen Medien zu platzieren, um das Handeln der US-Regierung und der US-Abgeordneten im Senat und Ab-

geordnetenhaus im Sinne ihrer sie bezahlenden Auftraggeber zu beeinflussen. Diese US-amerikanische Komponente verdient mehr Aufmerksamkeit als bisher.

- In den meisten westlichen Ländern verschiebt sich seit vielen Jahren das Verhältnis von festangestellten Journalisten zu festangestellten PR-Spezialisten zuungunsten der Journalisten. Gibt es in den USA inzwischen mehr festangestellte PR-Spezialisten als festangestellte Journalisten und liegt dieses Verhältnis in Großbritannien bei 1:1, so liegt es in Deutschland noch bei einem geschätzten Verhältnis von 1:2 zugunsten der Journalisten. Begreift man die USA und Großbritannien als Vorläuferländer für diesen Trend, dann wird es auch in Deutschland nur eine Frage recht kurzer Zeit sein, bis es auch hier mehr PR-Spezialisten als Journalisten gibt. Hatte Jürgen Habermas in seiner Habilitationsschrift *Strukturwandel der Öffentlichkeit* vor rund 50 Jahren vor den Folgen eines Wandels von journalistischer zu bezahlter Öffentlichkeit gewarnt, so hat sich mit der Dominanz der PR-Industrie vor dem Journalismus dieser Wandel inzwischen vollzogen.
- Galt die Presse einer kritischen Kommunikationstheorie früher stets als Manipulationsinstrument (wie differenziert oder einfach auch immer die Theoriebildung war: komplex bei Theodor W. Adorno und als Modell einer Konsensfabrik äußerst einfach bei Noam Chomsky), so hat die Presse diese gesellschaftliche Funktion gegenwärtig weitgehend an die PR-Industrie abgegeben; inzwischen wurde sie selbst zum Manipulationsopfer der PR-Industrie.
- Die in der traditionellen Kommunikationsforschung so beliebten Inhaltsanalysen x-beliebiger Themen waren bereits früher immer dann nur pure Ideologie, wenn sie nicht mehr machten, als x-beliebige Wörter zu zählen und sie irgendwelchen statistischen Rechenübungen unterzuordnen. Solange solche Analysen die Produktionsbedingungen dieser Wörter nicht integrativ in ihre semantische Analyse miteinbezogen, waren sie – frei nach Theodor W. Adorno – nichts anderes als eine Verdoppelung von Ideologie. Nach der nun erfolgten Dominanz von PR über den Journalismus kommen weitere Auseinandersetzungen lediglich um einen Content einer Verdreifachung von Ideologie gleich.

Foto-Ästhetik im südsudanesischen Krieg (2014)

7

Am 2. Januar 2014 veröffentlichte der *Stern* in der jedem seiner Hefte anfangs vorangestellten Bildstrecke *Bilder der Woche* vier Doppelbilder: Ein Eisbär unter Wasser beschwört den Eisrückgang in der kanadischen Arktis, ein anderes zeigt glückliche Schulkinder in einem Flüchtlingslager in Afghanistan, auf dem dritten Doppelfoto fallen sich ein schwarzer und ein weißer Polizist nach ihrer öffentlichen Vereidigung in die Arme und das vierte Foto ist schließlich das in diesem Artikel abgebildete Foto aus dem Südsudan – es zeigt einen jungen schwarzen Kämpfer mit Maschinengewehr in der rechten Hand während einer Kampfpause.

Eisbären in Kanada, Flüchtlingskinder in Afghanistan, Polizisten in New York und ein junger Kämpfer aus dem Südsudan. So ist es, dieses »Auslandsjournal« im *Stern.* Bunt, plakativ, großformatig, schnell konsumierbar, flexibel – hier ein Eisbär, dort ein Kämpfer – und in den dazugehörigen Texten pseudokritisch. Da hat »das Schicksal des Eisbären […] etwas Trauriges an sich«, da nickt der bildungsbeflissene Europäer zustimmend, wenn er erfährt, dass »Ignoranz eine Krankheit«, New York eine »multikulturelle« Stadt und dass der Südsudan in einen »Bürgerkrieg gestürzt« ist. Wie schön, dass wir über das Ausland gut informiert und über komplexe Sachverhalte differenziert aufgeklärt werden!

Das Südsudanfoto stammt von dem freiberuflich arbeitenden ugandischen Fotografen James Akena, der bevorzugt für die Bildagenturen Thomson Reuters und Corbis arbeitet. Ausgebildet am New York Institute of Photography, hat sich Akena besonders auf Kriegsfotos in Schwarzafrika spezialisiert. Er kennt die US-amerikanische Kriegs- und Krisenästhetik aus dem Effeff. Sowohl Corbis als auch Thomson Reuters haben ihren Firmensitz in den USA, sind Teil eines weltweiten Bildagenturmarktes, der aus nur ganz wenigen großen Konzernen besteht. Bill Gates' Agentur Corbis besitzt 100 Millionen Bilder, Getty Images kommt auf 80 Millionen. Die Anzahl von Bildern, die Thomson Reuters besitzt, gibt der Konzern nicht bekannt.

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_7,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Abbildung 7.1 *Stern*-Foto eines jungen südsudanischen Kämpfers



Quelle: Der Stern vom 2. Januar 2014

Akenas Foto zeigt einen jungen Kämpfer, dessen Augen ebenso wie Teile des Gesichts durch eine große Sonnenbrille verdeckt und beherrscht werden. Direkt, stolz, selbstbewusst und siegessicher schaut er den Fotografen und den Bildbetrachter an. Seine rechte Hand umklammert ein Maschinengewehr, in der linken Hand klemmt zwischen Daumen und Zeigefinger eine noch nicht angerauchte Zigarette, weitere Finger der linken Hand werden durch Ringe geschmückt. Seinen Mund hat er geöffnet – als ob er mit dem Zuschauer spräche. Seine Zähne und die Zahnlücken zwischen den Schneidezähnen sind auffallend groß.

Der zum Bild gehörende Text lässt sich auf drei Aussagen zusammenschnurren. 1) Dieser Kämpfer gehört zu den Kämpfern des südsudanesischen Präsidenten Salva Kiir Mayardit, die »gegen die Rebellen des ehemaligen Vizepräsidenten vorgehen«. 2) Das Foto wurde nach der Rückeroberung der Stadt Bor aufgenommen. Und als Fazit aus den beiden Aussagen 1) und 2) hält die Textlegende 3) fest: »Es gibt keine Guten und keine Bösen, nur Menschen mit Waffen und Menschen ohne. Ohne Hoffnung.«

Die Analyse dieses Fotos soll in drei verschiedene Dimensionen eingebettet werden: Realpolitik im Südsudan, Afrika und deutsche Medien und Kriegsästhetik.

Realpolitik: Wo die Textlegende des *Stern* von »Bürgerkrieg« und »verfeindeten Volksgruppen« spricht, muss man schon froh sein, dass nicht mehr von »Tribalisierung« und »Ethnisierung« die Rede ist. Doch dieser nur sprachliche Fortschritt verschleiert wie so häufig bei der Analyse afrikanischer Konflikte dessen exogene Ursachen. Da wird auf der einen Seite das gerade für den Sudan seit der Berliner Afrikakonferenz von 1884 gut nachzuzeichnende Prinzip des Teile und Herrsche der britischen Kolonialmacht gegenüber dem nördlichen und dem südlichen Sudan ausgeblendet, und da wird auf der anderen Seite die gegenwärtige Öl-Gier der USA hinsichtlich der Ölvorkommen im Südsudan verschwiegen. Denn schließlich geht es beim Krieg im Südsudan um den Zugriff auf die größten afrikanischen Ölreserven, um eine Fördermenge von 250 000 Barrel pro Tag und um die nördliche Ölpipeline zu den Raffinerien am Roten Meer. Zwar beteiligten sich ugandische Truppen aktiv an der Rückeroberung der Stadt Bor, womit sich auch die Anwesenheit des ugandischen Kriegsfotografen Akena gut erklären lässt, aber eigentlich waren die USA die treibende Kraft bei der Unabhängigkeit des Südsudan im Juli 2011, im Übrigen vorangebracht durch eine seltsame US-amerikanische Koalition aus Evangelikalen, Erdölmultis und linksliberalen Menschenrechts-NGOs.

Afrika und deutsche Medien: Dass afrikanische Länder überhaupt nicht erwähnt werden, charakterisiert die deutsche Medienlandschaft seit Langem viel mehr als die systematisch verzerrte Realitätswahrnehmung dieses Kontinents und seiner Kulturen. Sowohl in der öffentlichen als auch in der veröffentlichten Wahrnehmung ist Afrika wie noch im 19. Jahrhundert eine *terra incognita.* Schon mit wenigen statistischen Daten lässt sich diese Behauptung untermauern: So verfügt die *ARD* für ihre Berichterstattung über alle schwarzafrikanischen Länder nur über zwei Studios, nämlich eines in Nairobi und ein zweites in Johannesburg (plus für den nordafrikanischen Raum über zwei weitere Studios in Kairo und Rabat). Zusammenfassend lässt sich mit Anke Poenicke (2001, S. 27) festhalten, »dass die breite Bevölkerung, die nicht Nachmittags- und späte Abendprogramme durchforstet, nicht auf *BBC, CNN* oder *TV5* ausweicht, fast nichts über Afrika erfährt, weder Aktuelles noch zu anderen Themen«.

Die Berichterstattung über Afrika fokussiert meist Ereignisse mit Sensationscharakter und Unterhaltungswert (hierbei insbesondere Exotisches und Kurioses), Begebenheiten mit Bezug zu deutschen oder europäischen Interessen, Akteuren und Initiativen sowie Vorkommnisse, in die Weiße involviert sind, und mitunter Themen von historischem Belang, die vorzugsweise im Rahmen kolonialgeschichtlicher Spurensuche abgehandelt werden. In der tagesaktuellen politischen Berichterstattung über Afrika überwiegt die Betonung von Negativ-Ereignissen (Kriege und Konflikte, Umstürze, Hungersnöte, Wahlmanipulationen, Finanz-, Rohstoff- und Gesundheitskrisen), deren Ursachen und Kontexte zumeist stark

verkürzt dargestellt werden, sich mangels Hintergrundinformationen nicht einordnen lassen und die ebenso schnell wieder aus den Schlagzeilen verschwinden, wie sie hineingeraten sind. Je nach Belieben sowie den Trends der weitgehend von einigen wenigen Agenturen und TV-Sendern dominierten internationalen Berichterstattung werden ferne Katastrophen und Tragödien ins Visier genommen – oder auch nicht. Mit anderen Worten: Die Medienaufmerksamkeit in Bezug auf Afrika schwankt für gewöhnlich zwischen Dramatisierung und Ignoranz (vgl. Krems 2003).

Kriegsästhetik: Das *Stern*-Foto des jungen südsudanesischen Kämpfers lässt sich ästhetisch zweifach dechiffrieren, wobei beide Interpretationen auf das Engste miteinander verwoben sind. Wie man schon bei Jean Genets Theaterstück *Die Neger* von 1959 und bei Eldridge Cleaver, Mitbegründer der berühmt-berüchtigten Black Panther, in dessen 1967 erschienenen Essays *Seele auf Eis* erleben und nachlesen kann, gab und gibt es bei der Wahrnehmung von Schwarzen durch Weiße eine höchst intime und projektive Mischung aus Rassismus und Sexismus. Und genau dafür steht dieser junge afrikanische Kämpfer. Er verkörpert eine Mischung aus offen-bedrohlicher Animalität mit latent-verführerischen und positiv-exotischen Sexualsehnsüchten, je nachdem, ob der weiße Betrachter männlich oder weiblich ist. Eine ganz besondere Note erhält diese Ästhetik dadurch, dass gerade ein schwarzer Fotograf diese weiße Erwartungshaltung bedient. Dies ist die eine Dechiffrierung.

Zu einer zweiten Dechiffrierung dieses Fotos kommt man, wenn man sich an die Film- und Fotoarbeiten der NS-Filmregisseurin Leni Riefenstahl erinnert. Stand sie mit den beiden Filmen *Triumph des Willens* (1934) und *Olympia* (1938) mit ihren großen Scheinwerfern, der pathetisch-grandiosen Musik, mit Militärparaden, Massenauftritten von Athleten und einer Verherrlichung schöner Körper paradigmatisch für die faschistische Propaganda und die Ästhetik der Nazis, so blieb sie dieser faschistischen Ästhetik auch nach 1945 kontinuierlich treu. Ihre seit den späten 1950er Jahren vorhandene Begeisterung für schöne, nackte und muskulöse Körper sudanesischer Nuba-Männer, eine vitalistische Orgie männlicher Gewaltverherrlichung, schlug sich in vielen Bildbänden nieder, angefangen bei dem 1973 erschienenen Buch *Die Nuba – Menschen wie vom anderen Stern* bis zu *Mein Afrika* von 1982.

Und so schließt sich der argumentative Kreis meines Nachdenkens über das Foto des jungen sudanesischen Kämpfers in der *Stern*-Ausgabe vom Januar 2014, wenn man weiß, dass das Bild eines muskulösen Nuba-Ringkämpfers in einer *Stern*-Ausgabe von 1949 (N. N. 1949) am Beginn von Riefenstahls Begeisterung für die Nuba stand und der Auslöser der Planung des (allerdings nicht realisierten) Films *Die schwarze Fracht* war.

1974 stufte Susan Sontag Riefenstahls Bilder in die Rubrik »faszinierender Faschismus« ein (Sontag 2003). Man kann dieses Foto von James Akena gut und gerne in dieselbe Rubrik einordnen. Wie sensibel, einfühlsam, genau, atmosphärisch dicht und deswegen auch antimilitaristisch Kriegsfotos sein können, kann man dagegen recht gut in dem Bildband *At War* (Ostfildern 2011) von Anja Niedringhaus sehen, der auf Kriegsfotos spezialisierten Fotojournalistin von AP, die am 4. April 2014 in Afghanistan erschossen wurde. Nie und nimmer hätte sie ein Foto wie das hier besprochene gemacht.

II. Schockfotos, Folter und Terrorismus

Einleitung

Im September 2014 veröffentlichte der Journalist Frank Schirrmeister einen Artikel unter dem Titel »Das Schreien der Bilder. Über die Notwendigkeit und Grenzen, drastische Bilder aus Kriegsgebieten zu zeigen«. Es könne nicht länger angehen, Tod, Elend, Leiden, Schmerzen, Verkrüppelung und Siechtum aus unserer medialen Kriegswahrnehmung zu verbannen und zu tabuisieren.

> »In einem sind sich die meisten [Medien] einig: Der Konsument soll nicht mit allzu drastischen Bildern geschockt werden. Man erinnere sich an den mittleren Skandal, den Magnum-Fotograf Jerome Sessini kürzlich auslöste, als er an der Absturzstelle von Flug MH17 in der Ukraine jede Zurückhaltung aufgab und die Leichen fotografierte, die ringsum in den Feldern verstreut lagen. Selbst vor dem Bild eines Körpers, der durch das Dach eines Häuschens direkt in das Schlafzimmer gefallen war, schreckte er nicht zurück, was vehemente Kritik auslöste – sowohl am Fotografen als auch am *Time Magazine,* welches die Bilder online publizierte.« (Schirrmeister 2014)

Einerseits müsse die Abbildung von Kriegsschockfotos nicht mit einer Boulevardisierung von Leichen einhergehen, andererseits, so Schirrmeister mit Recht, bestehe die Gefahr, »abzustumpfen, wenn man sich an die expliziten Darstellungen von Kriegsopfern erst einmal gewöhnt hat«. Aber: Die Medien können nicht länger tabuisieren, dass Krieg die essenzielle Erfahrung im Leben der Menschen darstellt, die Leben und Tod, Freiwilligkeit und Zwang, Hoffnung und Ende oder Liebe und Leere voneinander trennt.

Genau diese essenziellen Unterschiede nicht zu verschleiern, sie nicht mit Begriffen wie Ehre, Vaterland, Freiheit, Menschenwürde und Menschenrechte zuzukleistern, genau das also wäre die Aufgabe von Massenmedien in einem demokratischen Land – eben Auf- und nicht Verklärung.

Brüchig ist die Grenze, die in den Medien (noch) zwischen Folter und Freiheit oder zwischen Zwang und Menschenwürde vorhanden ist. Und im Problem der Folter spitzt sich nur die Frage zu, die zu einem Dauerbrenner der Kommunikationsforschung gehört, nämlich: Wie viel Gewalt zeigen die Medien und warum? Verschärfen Medien mit ihrer notorischen Vorliebe für Gewalt die reale Gewalt draußen oder bilden sie sie nur ab?

Dass man die schlimmsten aller Fotos, nämlich die von Gefolterten, von Misshandelten und von Kriegstoten öffentlich nicht sieht, genau das zeigt und problematisiert für die 1920er Jahre der Anarchist Ernst Friedrich. Doch das, was für Ernst Friedrich noch klar und distinguierbar war, ist es gegenwärtig nicht mehr. Terrorismus und sein Schreien nach Wahrnehmung in den Medien, der »orientalistische« Terrorismus und seine heimlich/unheimliche Sehnsucht nach Anerkennung in den »okzidentalischen« Medien vermischt beide Seiten zu einem einheitlichen Brei kriegerisch-pazifistischer Gewalt, sodass keinerlei Konsistenzen und Kontingenzen mehr erkennbar sind.

Viele Medien, nationale wie internationale, verkamen und verkommen deswegen zu einer kriegerischen Entgrenzungsmaschine, die nicht länger Trennlinien zwischen Gut und Böse, Frieden oder Krieg kennt.

Ernst Friedrich und seine Schockfotos aus dem Ersten Weltkrieg: »Krieg dem Kriege«

8

8.1 Einleitung

Um nur drei Minuten Gehör bittet Kurt Tucholsky – unter seinem Pseudonym Theobald Tiger – mit seinem gleichnamigen Gedicht in der ersten Nummer des Jahrgangs 1925 der anarchistisch-pazifistischen Halbmonatszeitschrift *Schwarze Fahne* (Tiger 1925, S. 2). Die erste Minute in diesem Gedicht gehört dem Mann, die zweite der Frau und die dritte und letzte den Jungen:

> »Euch haben sie nicht in die Jacken gezwungen!
> Ihr wart noch frei! Ihr seid heute frei!
> Sorgt dafür, dass es immer so sei!
> An Euch hängt die Hoffnung. An Euch das Vertrau'n
> Von Millionen deutschen Männern und Frau'n.
> Ihr sollt nicht stramm stehn. Ihr sollt nicht dienen!
> Ihr sollt frei sein! Zeigt es ihnen!
> Und wenn Sie Euch kommen und drohn mit Pistolen –:
> Keine Wehrpflicht! Keine Soldaten!
> Keine Monokel-Potentaten!
> Keine Orden! Keine Spaliere!
> Keine Reserveoffiziere!
> Ihr seid das Land der Zukunft!
> Euer das Land!
> Schüttelt es ab – das Knechtschaftsband!«

Passend zu diesem Gedicht, das Tucholsky zum ersten Mal am 1. August 1922 auf der Berliner Friedensdemonstration unter dem Motto *Nie wieder Krieg!* vor

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_8,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

80 000 Teilnehmern vorgetragen hatte, schrieb im Leitartikel dieser Zeitschrift deren Schriftleiter Ernst Friedrich:

> »Die im Massengrab aller Kontinente langsam verfaulenden, von Ratten und Würmern zerfressenen Millionen Opfer des Massenmörders Ludendorff und seiner internationalen Komplizen sind eine größere Anklage, als die 20 Opfer Haarmanns[1]. Die vielen Blinden, Armlosen, Beinlosen, Gasvergifteten, vor Schmerz irrsinnig gewordenen, die nach Millionen zählenden Opfer des Massenmörders Ludendorff und seiner Konsorten werden dermaleinst wichtige Zeugen sein, wenn die großen Verbrecher an der Menschheit vor dem Antlitz des Lebens abgeurteilt werden.« (Friedrich 1925, S. 2)

In dieser ersten Nummer von 1925 schrieb die kommunistische Dichterin Berta Lask einen Artikel über Klassenjustiz, in der Folgenummer ging es dem berühmten russischen Anarchisten Pjotr Kropotkin um politische Rechte der Arbeiterklasse, und die französische Schriftstellerin Madeleine Vernet setzte sich vehement für die freie Liebe ein. Mit Illustrationen von George Groß lästerte die dritte Nummer des Jahrgangs 1925 über die »Schweinereien eines im Bordell verhafteten Priesters«, schob in der achten Nummer einen Artikel unter der Überschrift *Der Pfaffe erscheint nicht vor Gericht. Die Bordellmutter wird schwer bestraft* nach, vergnügte den Leser in der zwölften Nummer mit einem Artikel über den *geilen Pater im Absteigequartier* und prangerte die christliche Doppelmoral in der Weihnachtsnummer von 1925 mit einem Artikel über ein Klosterbordell an. Und zwischendurch bedanken sich »mit revolutionären Grüßen die Kameradinnen und Kameraden des Bundes herrschaftsloser Sozialisten der Republik« aus Wien für die hervorragende Arbeit dieser Zeitschrift. Sprache, Typografie, Fotos und Zeichnungen dieses Blattes sind drastisch, prall, laut-expressionistisch und frech-ironisch: viele empörte Ausrufezeichen, viele Überschriften in Fett- und in Großdruck.

Die Schwarze Fahne ist voll mit kleinen Texten, Veranstaltungshinweisen und Anzeigen, die sich immer wieder mit Bildungsfragen beschäftigen. Da gibt es beispielsweise einen Vortragshinweis »Ernst Friedrich spricht. Chinesische, russische, indianische Märchen. Für artige Eltern und erwachsene Kinder«, in einer Anzeige heißt es »Internationales Anti-Kriegsmuseum: Viele hunderte Originalphotographien und Bilder vom ›Schlachtfeld‹. Menschenabschlachtungs-Instrumente: Verbrecherisches Kinderspielzeug«, eine andere Verlagsanzeige verweist auf Otto Rühles 1925 erstmals erschienenes Buch *Die Seele des proletarischen Kindes* und an einer weiteren Stelle heißt eine Bildlegende: »Bild aus dem Schullesebuch ›Märkische Fibel‹, das von dem Anti-Militaristen Max Brock in vorbildlicher Weise geändert und durchgestrichen wurde«. In einem Text von Ernst Friedrich distanziert sich dieser sodann von der genannten *Märkischen Fibel.* Ge-

radezu verrohend aber muss doch auf ein kindliches Gemüt Folgendes wirken, das auf Seite 87 steht:

»Mein Baukasten.
Ich spiele jeden Tag mit meinem Baukasten.
Da stelle ich die Hölzer in Reihen auf.
Das sind dann die Soldaten.
Nun wird Krieg gemacht.
Ich hole meine Kanone herzu
und schieße – bum! bum! –
die Soldaten alle über den Haufen.«

»Ob solche Kriegsspiele im Geiste der Völkerversöhnung und -verbrüderung erziehen, wie es doch sogar unsere Verfassung vorschreibt?!« (Friedrich 1925, S. 3) Die abstoßende Passage aus einer deutschen Fibel, die Ernst Friedrich zitiert, parallelisiert er an anderer Stelle mit einem genauso abstoßenden Gedicht aus einem französischen Kinderbilderbuch:

»Kein Mitleid im Herzen
Für die Boches, für die Boches;
Für die Frauenschänder,
Für die Kindermörder!
Niemals mehr dürfen Räuber
Unschuldiges Blut vergießen.« (Friedrich 1926, S. 43)

8.2 Ernst Friedrich

Ernst Friedrich (1894–1967), Schriftleiter der *Schwarzen Fahne,* war durch und durch Pädagoge, wie unterschiedlich auch immer die einzelnen Aktionen in seinem bunten und wirren Leben aussahen. Das 1993 veröffentlichte *Lexikon der Anarchie* charakterisiert den Buchdrucker und Schauspieler Friedrich als radikalen Pazifisten, Antimilitaristen und Anarchisten, als Mentor einer antiautoritären Jugendbewegung, als libertären Reformpädagogen und leidenschaftlichen Publizisten und Agitator (vgl. Degen 1993). Seit 1918 zunächst Mitglied in der von Karl Liebknecht gegründeten Freien sozialistischen Jugend, war Ernst Friedrich sein ganzes Leben lang an der politisch-anarchistischen Erziehung der Jugend interessiert, sei es mit seinem 1921 erschienenen Buch *Proletarischer Kindergarten,* seiner damaligen Zeitschrift *Freie Jugend* oder seinem Bemühen nach 1945, auf einer Insel in der Marne in der Nähe von Paris eine antimilitaristische deutsch-französi-

sche Jugendbegegnungsstätte aufzubauen, die sogenannte Ile de la Paix. Auch sein berühmtes Antikriegsmuseum in Berlin, das er 1925 eröffnete und das schon Ende März 1933 von der SA zerstört wurde, die es schließlich in eines ihrer Sturmlokale umwandelte, verstand sich nicht als Museum im bildungsbürgerlichen Sinn, sondern als ein aktionistischer Treffpunkt der anarchistischen Jugendbewegung samt Druckerei, Buchhandlung und Vortragsraum, freilich ausgeschmückt mit Schockfotos aus dem Ersten Weltkrieg.

Friedrichs anarchistische, freie Jugendarbeit grenzte sich genauso scharf von der Wandervogelromantik der bürgerlichen Jugend wie von der politischen Agitation sozialistischer Jugendarbeit ab. Im Mittelpunkt stand die autonome Kindergruppenarbeit mit proletarischen Großstadtkindern. Autonom: Das meinte Nichtzugehörigkeit zu einer der revolutionären Arbeiterparteien, Jugendautonomie, keine vereinsmäßige Institutionalisierung, kein Vereinsvorstand und keine Vereinsbeiträge, stattdessen Freiwilligkeit und gegenseitige Hilfe. Dezentral-föderalistisch organisiert, gab es im Deutschen Reich der 1920er Jahre wohl rund 40 Ortsgruppen mit rund zwei- bis sechshundert Mitgliedern (vgl. Kegel 1991, S. 126–137).

In seinem Vorwort zum *Proletarischen Kindergarten* von 1921 – einem *Märchen- und Lesebuch für Kinder und Erwachsene* mit einem Umschlagbild von Käthe Kollwitz – wird Friedrichs pädagogischer Anspruch gut deutlich: »Die Menschen haben sich verrannt und in ihrer Hast und Eile ihre Seele verloren. Herzen sind Steine geworden aus Gram und Not. Menschenleiber wurden zu Litfaßsäulen. […] Zu den Kleinen und den Großen […] wollen diese Lieder, Gedichte und Geschichten sprechen. […] Den Kindern und Erwachsenen soll das Abc des Sozialismus: die Solidarität, gelehrt werden. […] Das Leben könnte ja so schön sein, aber es ist so hässlich, weil die Menschen nicht mehr Menschen sind, weil sie liebelos aneinander vorbeirennen, eher bereit, einander zu schlagen oder gar zu töten, als einander zu helfen und beizustehen. […] gegen diese verlogene Welt, für Wahrheit, Freiheit, Menschlichkeit!« (Friedrich 1921, S. 3–4).

8.3 Militaristische Kindererziehung

Wieder und wieder stand und steht Kriegspropaganda an der Wiege von Kriegen. Was gegenwärtig in dieser Form in Deutschland nicht mehr praktizierbar wäre, war freilich um die Jahrhundertwende gang und gäbe, nämlich eine aggressiv militaristische Erziehung von bereits kleinsten Jungen. Militaristisch-vaterländisch argumentierende Pädagogen und Lehrer – ihrerseits oft genug pensionierte Offiziere – beherrschten die öffentliche Diskussion in einem uns kaum nachvollziehbaren Ausmaß, wie die Romanistin Marieluise Christadler 1978 in einem sehr de-

taillierten Vergleich deutscher und französischer Kinderbücher nachgezeichnet hat (vgl. Christadler 1978). Genau auf dieser Linie lag in Wien der Kunstpädagoge Richard Rothe mit seinem 1915 erschienenen Buch *Die Kinder und der Krieg. Beitrag zur grundlegenden Gestaltung der Ausdruckskultur:* Da

> »[gaben] Tausende und aber Tausende von Menschen […] ihr Bestes hin für Kaiser und Vaterland: ihr Leben. Und noch immer sind viele Tausende freudigen Herzens bereit, dasselbe zu tun, Gott, Kaiser und dem Reich zu Ehren. […] Nicht nur wir Erwachsene nehmen Anteil am Kriege, auch den Kindern hat er seinen Stempel aufgedrückt. […] in allen ihren Spielen und Träumen lebt der Krieg. Er hat sowohl Knaben als Mädchen in innerster Seele erfasst, ein hohes heiliges Etwas in ihnen wachgerufen, das sie in Friedenszeiten nie und nimmermehr kennen gelernt hätten.« (Rothe 1915, S. 8 f.)

Rothe lässt Kinder Kriegsbilder zeichnen. Zu dem Bild eines Jungen, der österreichische und russische Soldaten aufeinander zu marschieren und sich gegenseitig erschießen lässt, fielen dem Zeichenlehrer Rothe nur folgende Bemerkungen ein: »Die Darstellung ist steif, doch sorgfältig ausgeführt, interessant ist die Behandlung der Hände. Die hinten stehenden Russen haben jeder zwei linke Hände mit nur je vier Fingern. Alle Metallteile sind mit Silberbronze gemalt« (Rothe 1915, S. 108).

Von dieser formalistischen und inhaltsleeren L'art-pour-l'art-Vorstellung eines Richard Rothe, die wohl auch das Bild eines Konzentrationslagers positiv bewerten würde, wenn es nur sorgfältig gezeichnet wäre, unterschied sich das Kinderbuch *Das Menschenschlachthaus* des Hamburger Volksschullehrers Wilhelm Lamszus drastisch. 1912, also noch vor dem Ersten Weltkrieg geschrieben, zeichnete es warnend *Bilder vom kommenden Krieg,* wie der Untertitel heißt. Klagend, bis ins Mark erschüttert und hilflos-wütend hinausschreiend hieß es bei Lamszus:

> »Sie liegen hingestreckt, als ob sie auf der Schlachtbank lägen – ja getroffen werden und tot niederfallen, da ist nichts weiter dabei. Aber durch die Brust, durch den Unterleib geschossen werden und stundenlang im Wundfieber zu brennen, den zerfetzten Leib im nassen Grase zu kühlen und in den erbarmungslos blauen Himmel zu starren, weil die verfluchten Augen noch immer nicht verglasen wollen …« (Lamszus 1980, S. 55)

Dieser expressionistische Stil eines Lamszus ähnelt der Sprache des Kriegsreporters Egon Erwin Kisch. In seinem Kriegstagebuch über das Inferno an der serbischen Front im August 1915 gab es »Stöhnende, Wimmernde, Schreiende, Zugedeckte, Blutende, Verbundene und Unverbundene, Leute, denen die Wange weggerissen war oder die Nase« (Horowitz 1985, S. 41 f.). Doch während Kischs Tagebuch der Zensur unterlag und erst 1922 veröffentlicht wurde (vgl. Kisch 1922),

mutete Wilhelm Lamszus seine Sprache sogar Kindern zu. Lamszus' Buch war eine völlige Ausnahme. Dass der Reformpädagoge wegen dieses Kinderbuchs politisch verfolgt wurde und dass ihn die Nazis schon 1933 aus dem Schuldienst entließen, verwundert nicht weiter. Lamszus schrieb sein Buch in einer Zeit, in der über Kindererziehung so laut, so öffentlich und so kontrovers diskutiert wurde, wie kaum jemals vor- oder nachher. Da eröffnete die sozialdemokratische Politikerin Clara Zetkin den Parteitag der SPD 1906 mit einem Vortrag über sozialistische Kinderbücher, in dem sie sich auch gegen die Militarisierung der Kindererziehung positionierte (vgl. Zetkin 1986, S. 47–65), und am 23. Mai 1950 – eine Art allerletzte, stille und kleine Reminiszenz an die großen Debatten über Kindererziehung in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts – beschloss der Deutsche Bundestag, die Herstellung und den Vertrieb von Kriegsspielzeug jeglicher Art in Deutschland zu verbieten – ein Mehrheitsbeschluss, der aber nie umgesetzt wurde.

8.4 Krieg dem Kriege

Friedrichs zweibändiger antimilitaristischer Buchklassiker *Krieg dem Kriege!* erschien erstmals 1924. Es ist ein viersprachiger Fotoband im Format 16 × 23 cm in deutscher, niederländischer, englischer und französischer Sprache über den Ersten Weltkrieg, der bis 1930 zehn Auflagen erreichte. Angeregt durch die Friedensbewegung der siebziger und achtziger Jahre des letzten Jahrhunderts gab der Verlag Zweitausendeins 1980 einen (kleinformatigen und reprotechnisch schlechten) Reprint heraus. 2004 erschien eine neue Edition von *Krieg dem Kriege!* in der Deutschen Verlagsanstalt (DVA) mit einem ausführlichen Vorwort von Gerd Krumeich, Historiker und Spezialist für den Ersten Weltkrieg.[2] Auf dem gegenwärtigen antiquarischen Buchmarkt werden die beiden Originalbände für gut 200,00 Euro gehandelt. Die zweibändige Ausgabe aus den 1920er Jahren umfasst insgesamt 490 Seiten.

Polemisch, wie Friedrich nun einmal ist, widmete er sein Werk *Den Schlachtendenkern, den Schlachtenlenkern, den Kriegsbegeisterten aller Länder,* und auf der ersten Seite seines Buches wird der Leser aufgefordert, in einer dort abgedruckten, noch leeren Tabelle die Namen der Herrscher und Regierungen einzutragen, »die die Wahrheit fürchten und darum dieses Buch verbieten.«

Expressionistisch und emphatisch, mit Kursiv-, Fett- und Sperrdruck, mit Einzügen, Ausrufezeichen und vielen Gedankenstrichen – so kam Friedrichs Vorwort provokativ daher:

> »Allüberall, wo Ohren sind zu hören, ruf ich zwei Worte nur, und dies sind: Mensch und Liebe. […] Und nicht ein einziger Mensch in irgendeinem Lande kann aufstehn

> und gegen diese Photos zeugen, dass sie unwahr sind und nicht der Wirklichkeit entsprechen. Und kommt auch nicht und sagt: ›Wie schrecklich, dass man solche Bilder zeigt!‹ Sagt lieber: ›Endlich, endlich ist dieses ›Feld der Ehre‹, ist diese Lüge von dem ›Heldentod‹, vom ›Vaterland‹, von ›Tapferkeit‹ und allen anderen schönen Phrasen, ist allen diesem internationalen Schwindel die Maske endlich, e-n-d-l-i-c-h – abgerissen. […] ich [sag] auch zu jenen bürgerlichen Pazifisten, die nur mit Händestreicheln, mit Teegebäck und frommem Augenaufschlag Kriege zu bekämpfen suchen: ›Kämpft gegen den Kapitalismus – und ihr kämpft gegen jeden Krieg!‹ […] Der Vater, der Soldatenspielzeug seinem Kinde schenkt, mobilisiert das Kindchen für den Kriegsgedanken! Soldaten-Spielzeug ist der Judas, den Du Dir selbst ins eigne Haus holst, ist Verrat am Menschenleben! […] Frauen, schafft Ihr's, wenn Eure Männer zu schwach sind! Mütter aller Länder vereinigt Euch.« (Friedrich 1926, S. 5–12)

Ganzseitig zeigen beide Fotobände Hunderte von Fotos, »von der unerbittlich, unbestechlich photographischen Linse erfasst, vom Schützengraben und vom Massengrab, von dem ›Etappenleben‹, von dem ›Feld der Ehre‹ und von anderen ›Idyllen‹ aus der ›Großen Zeit‹« (Friedrich 1926, S. 6).

Die ausgewählten Fotos zeigen zerfetzte Leiber der Feinde, zerstörte Häuser und Ruinen, menschliche Überreste in einem zusammengeschossenen Panzerwagen, die Leichenstarre eines französischen Soldaten mit Herzschuss, Massengräber mit 500 Toten in Rumänien, verbrannte englische Flieger; Menschen, die wie Tiere abgeschlachtet wurden. Oft sind die Legenden zu den Fotos ironisch, zum Beispiel dann, wenn ein Foto mit getöteten Soldaten mit der Zeile *Feld der Ehre* überschrieben ist oder wenn die Legende *Die Stellung wird gehalten* einem Foto gilt, das vier gemütlich Kaffee trinkende und grinsende Offiziere auf einer Gartenterrasse zeigt.

Um Ernst Friedrichs Fotoband richtig verstehen zu können, ist zwischen zwei Zeitpunkten zu unterscheiden. Zwar gab es während des Ersten Weltkriegs sowohl in Deutschland durch das Bild- und Filmamt (BUFA) in Berlin als auch in Österreich durch das k. u. k. Kriegspressequartier (KPQ) in Wien jeweils zum ersten Mal eine zentrale und systematische politische Lenkung der Kriegsfotografie, die der Propaganda für die eigene Sache diente, doch spielten die Kriegsbilder während des Krieges nur eine untergeordnete Rolle. Wichtig wurden die Bilderinnerungen an den Ersten Weltkrieg erst in den Jahren 1920 bis 1930, als es politisch darum ging, den Weltkrieg propagandistisch zu vereinnahmen. Die vielen Bildbände der Zwischenkriegszeit lieferten Fotos, die man für eine völkisch-nationale Dramatisierung des Krieges brauchte: die anfängliche Kriegsbegeisterung, Einzelhelden, sakrale Landschaften (Verdun, Ypern, Langemarck), in Deutschland eine Konzentration auf die Kriegsschauplätze im Westen und in Österreich eine Konzentration auf die österreichisch-italienische Grenze. Ausgeblendet wurde der



Abbildung 8.1 Ein 25jähriger Landwirt, verwundet durch Granatsplitter. Zerrissenes Gesicht durch zahllose Operationen ersetzt (1916)

Quelle: Friedrich 1926, S. 203

Abbildung 8.2 Nach dem Stahlbad: Noch heute liegen in den Lazaretten entsetzlich verstümmelte Kriegsteilnehmer, an den immer noch herumoperiert wird



Quelle: Friedrich 1926, S. 196

Vernichtungskrieg gegen die Zivilbevölkerung auf dem Balkan (Flucht und Vertreibung, das Niederbrennen von Dörfern, Massenhinrichtungen, Zwangsarbeit), ausgeblendet blieben nacktes Elend und brutale Gewalt, vor allem natürlich der Tod der eigenen Leute und die eigenen Kriegsverbrechen.

Ernst Friedrichs *Krieg dem Kriege!* war der direkte Gegenentwurf zu den vielen propagandistischen Weltkriegsfotobänden aus den 1920er Jahren. Seine Bücher enthielten genau die Bildmotive, die in den anderen Büchern nicht vorkamen. In der Auswahl der Motive und in den dazugehörigen Texten stand Friedrich eher auf der Seite von expressionistischer Dichtung und Grafik als auf der Seite von Journalismus und Dokumentarfotografie. Der bisherigen, als dekadent und bürgerlich empfundenen Ästhetik stellte die expressionistische Literatur oft eine Ästhetik des Hässlichen gegenüber – ihre Themen waren Krieg, Großstadt, Angst, Rausch, Zerfall und Weltuntergang. In der expressionistischen Grafik stehen sowohl die Antikriegsbilder von Frans Masereel als auch die von Otto Dix in enger Nachbarschaft zu den anklagenden Fotos von Ernst Friedrich.

Des Weiteren stehen Ernst Friedrichs Bücher in der langen Agitprop-Tradition der Antikriegsbewegung, die stets auch viele Künstler auf ihrer Seite hatte, seien es Käthe Kollwitz, Heinrich Vogeler oder John Heartfield in den 1920er Jahren, später Pablo Picasso oder die Grafiker der vielen Plakate der Anti-Vietnamkriegs-Bewegung. Am auffallendsten sind bei Ernst Friedrichs Kriegsbildern Momente des Schocks, der Abschreckung, des Grauens, der Angst, des Widerwillens und des völlig Inhumanen, so, wie sie viele, viele Jahre später erst wieder im Zusammenhang mit den Folterbildern von Abu Ghraib auftauchen (vgl. Gourevitch 2009).

8.5 Medien im Ersten Weltkrieg

Ganz generell gibt es eine Form-Inhalt-Parallele des Themas *Das Bild des Krieges in den Medien* mit dem Thema *Medien im Krieg.* Technikgeschichtlich ist der Hinweis sinnvoll und notwendig, dass der Unternehmer Eliphalet Remington direkt nach dem Ende des Amerikanischen Bürgerkriegs (1861–1865) seine Produktion vom Revolver auf eine Schreibmaschine umgestellt und dass der französische Ingenieur Etienne-Jules Marey sein Gerät, mit dem er auf einer rotierenden fotografischen Platte in zwölf Phasen den Flug von Vögeln aufnahm, nicht zufällig ein *fotografisches Gewehr* genannt hatte.[3] Diese Simultaneität von Zerstörung und Kommunikation, von Form und Inhalt, gilt auch für den Ersten Weltkrieg.

Zum einen produzierte der Erste Weltkrieg in einem Ausmaß wie kaum vorher Feindbilder in den Medien. Gräuel- und Horrorbilder, Fratzen, mit Bajonetten erstochene Babies, an einem Baum gehenkte Soldaten, sogenannte Hetz- und

Hungerpostkarten usw. Paradigmatisch stehen dafür die Zeilen »Jeder Schuss ein Russ, jeder Stoß ein Franzos, jeder Tritt ein Brit und jeder Klapps ein Japs« oder »Serbien muss sterbien«. Zum anderen trieb diese Feindbildproduktion die Medien und Kommunikationsmittel in eine rasante technologische Innovationsdynamik hinein. Da standen einerseits bewährte, sogenannte alte Medien wie Karikaturen, Plakate, Flugblätter, Zeitungen und Zeitschriften, Bücher, Briefmarken, Sammelbilder und Postkarten im Dienst der Kriegspropaganda. Da dynamisierten sich andererseits die sogenannten neuen Medien, also Telefon, Film und Fotografie in einer bis dahin nicht gekannten Wucht – man denke an Heraklits Diktum vom Krieg als dem Vater aller Dinge.

Erst aufgrund des deutschen Zwei-Fronten-Kriegs in der Zeit zwischen der Schlacht bei Tannenberg in Ostpreußen (1914) und der von Verdun im Norden von Frankreich (1916) wurde aus dem damaligen Telefon aus einem Nah- ein Fern-Medium und erst der gestiegene visuelle Propagandabedarf der Militärs machte den Ersten Weltkrieg zu einem Motor des doch viel später liegenden »Pictorial Turn«.[4] Dazu Anton Holzer, anerkannter Doyen der Geschichte der Fotografie im Ersten Weltkrieg: »Mit dem Ersten Weltkrieg wurden die fotografischen – und später die filmischen – Aufnahmen des Krieges zur visuellen Matrix, die dem Krieg ihr prägendes Gesicht verlieh. […] Der Erste Weltkrieg ist der erste Krieg, der vor allem in Bildern erinnert wird« (Holzer 2003, S. 60).

Medienmix war auch während des Ersten Weltkriegs angesagt. Insbesondere muss hier wiederum auf Bilder verwiesen werden, nämlich das immens große visuelle Ensemble in der Populärkultur, vornehmlich auf Postkarten. Der Anteil von Bildpostkarten allein an den rund 30 Milliarden (kostenlosen!) Feldpostsendungen zwischen 1914 und 1918 wird von Experten auf 25 Prozent geschätzt, also auf eine dreistellige Millionensumme. Und wiederum schätzen Experten, dass 90 Prozent dieser Postkarten keinerlei militärische Motive zeigten, sondern eher kitschige Motive. Auch diese kitschige Seite der damaligen Kriegspropaganda muss man sehen und kennen, um Friedrichs *Krieg dem Kriege!* richtig einordnen zu können. Nicht zufällig veröffentlichte er solche Postkartenmotive in seinen Büchern, um sich bei seiner eigenen Suche nach Wahrheit auch gegen diesen Kitsch abzugrenzen. Im ersten Band distanzierte er sich von den Titelbildern militaristischer oder den Krieg verharmlosender Kinderbücher und im zweiten Band von einer kitschigen Bildpostkarte mit Kindern in Uniform.

8.6 Nachdenken über Schockfotos

8.6.1 Tabubruch

Bedenkt man, dass in den USA Särge mit gefallenen US-Soldaten zwischen 1991 und 2009 in US-Medien gar nicht gezeigt werden durften, dann wird die Ungeheuerlichkeit der Tabu-Verletzungen von 1924 deutlich. Friedrichs Bilder waren also ein radikaler Tabubruch (Leiden, Tod, eigene tote Soldaten) und bewirkten einen Skandal. Vor allem aber auch deswegen, weil Friedrich die sogenannten *gueules cassées* zeigt, zerschlagene Gesichter, Menschengesichter ohne Nase, Gesichter ohne Augen oder Menschen ohne Arme. Solche Bilder gab es vor Friedrich nur selten, z. B. auf den beiden Bildern »Est es peor« und »Grande casaña! Con muertos!« aus Francisco de Goyas Bilderzyklus *Desastres de la guerra* (1810/14). Friedrichs Bilder zeigen die Hölle schlimmer als in Dantes Inferno. Mit Recht kann der Historiker Gerd Krumeich diese Bilder wie folgt kommentieren: »Die gueules cassées sind das letztgültige Symbol des Ersten Weltkriegs, in dem die neuen Sprenggranaten mit ihren Splittern […] zur Hauptquelle der Verwundungen wurden« (Krumeich 2004, S. XIII).

Solche Bilder sind auch heute noch ein Tabubruch, sie gehören trotz aller zunehmenden Brutalisierung der Massenmedien keineswegs zum Medienalltag. Das zeigt zum Beispiel auch ein Bild von 2006 (Abbildung 8.3) – es entstammt einem



Abbildung 8.3 Deformiertes Baby im Malalai-Krankenhaus in Kabul als Folge von im Krieg benutzter mit Uran angereicherter Munition (2006)

Quelle: Miraki 2006, S. 117

Buch eines afghanischen Autors, der das unmenschliche Leiden in seinem Land einfach nicht mehr ertragen kann. Dieses Buch konnte nur im Selbstverlag erscheinen.

8.6.2 Provokation

In seiner gesamten Lebensart, seinem Stil und Auftreten war der Wahrheitsfanatiker Ernst Friedrich eine Fleisch gewordene Provokation, nicht nur für den ihn zerstörenden Faschismus, sondern auch für das Bürgertum und die parteipolitisch organisierten Kommunisten und Sozialisten. Politisches Lernen durch Schock und Provokation – so könnte man seine aktionistische Politpädagogik auf den Punkt bringen. Dass Kunst provozieren, dass sie verstörend und laut sein muss, um wahrgenommen zu werden, kann in westlichen Demokratien inzwischen als allgemeines Merkmal von Kunst gelten – doch damals war es störend neu.

8.6.3 Handykameras, Internet und YouTube

Der Medienkontext von Schockbildern im Krieg ist gegenwärtig völlig anders als der von 1924 (damals trat das Radio gerade und nur langsam seinen Siegeszug an). In den verschiedenen Bürgerkriegen der letzten Jahre im Nahen Osten sind Enthauptungsvideos und Folterbilder zu wichtigen Kriegswaffen mutiert.

Erst kürzlich, im August/September 2014, enthauptete die IS-Miliz die US-amerikanischen respektive britischen Journalisten James Foley und Steven Sotloff, zeigte diese Szenen über YouTube und ließ mitteilen, dass deren Tod eine »Vergeltung für die US-Angriffe« gewesen sei. Allerdings sind die medialen Austragungsorte solcher Bilder erst sekundär Presse und Fernsehen – primär zielen die jederzeit und an jedem Ort schnell zu produzierenden Bilder auf das Internet, in das sie tausendfach eingestellt und in dem sie millionenfach abgerufen werden. Zwischen der gefilmten Enthauptung westlicher Journalisten, den gefilmten Häuserkämpfen von Bürgerkriegsmilizen mit vielen Toten und den ins Netz gestellten Szenen, wie US-Soldaten irakische Bürger im Gefängnis von Abu Ghraib erniedrigen und foltern, bestehen mediale Wechselwirkungen. Es handelt sich bei dieser Entwicklung um eine äußerst tödliche und zutiefst inhumane mediale Aufrüstungsspirale. Solche Spiralen sind nicht mit Einzelmaßnahmen zu beenden, sondern nur durch das Ende von struktureller Ungleichheit bei den beteiligten Akteuren. Glaubt man den jüngst von Jürgen Todenhöfer veröffentlichten Interviews mit jungen Kriegern des sogenannten Islamischen Staates, dann sind es dessen junge Legionäre aus westlichen Ländern, die die visuelle Drecksarbeit mit dem Messer machen. Sie

sollen es sein, die die westliche Erwartungshaltung nach Enthauptungsvideos bei YouTube höchst gekonnt bedienen (Todenhöfer 2015). Das freilich würde einen doppelten Perspektivwechsel verlangen: Zum einen vermuten einige europäische Jugendforscher, dass junge europäische Islamisten, die auf der Seite des Islamischen Staates kämpfen, für einen innerwestlichen Konflikt stehen, nämlich westliche Antimoderne versus westliche Moderne, und zum anderen argumentieren viele Islamwissenschaftler seit Langem, das es sich beim Nahostkonflikt sehr viel eher um eine Konfrontation zwischen verschiedenen islamischen Richtungen als um eine zwischen dem Islam und dem Westen handele und dass solche visuellen Grausamkeiten selbst für einen (endogenen) Islamisten des sogenannten Islamischen Staates zu viel an Grausamkeit seien.

8.6.4 Bildlügen

Gefälschte Fotos sind genauso alt wie nicht gefälschte, und Information und Desinformation waren und sind eineiige Zwillinge. Auch die Bildpropaganda des Ersten Weltkriegs kennt bereits Beispiele, wo, wie später in den Kriegen in Ex-Jugoslawien, die Verantwortung für Massengräber der jeweils anderen Seite zugeschoben wurde. Friedrichs Bilder entziehen sich aber einem Vorwurf der Lüge und Manipulation aus zwei Gründen. Zum einen unterscheidet er bei seinen Bildern nicht zwischen Freund und Feind, zum anderen zeigen die meisten seiner Fotos individuelle Gesichter im Großformat. So vermeidet Friedrich Vergleiche zwischen falschen Fotos von der Gegen- und richtigen Fotos von der eigenen Seite. Vermieden werden somit auch makabre Vergleiche etwa nach der Zahl der am meisten getöteten Menschen des einen Landes mit einem anderen Land.

Selbstverständlich arbeiten Medien auch heute noch mit krassen Bildlügen, die nicht immer intentional sein müssen, die den Autoren oder Fotografen manchmal auch nicht bewusst sind, die ihnen möglicherweise auch von anderen Akteuren »reingeschmuggelt«, »untergejubelt« wurden oder die in der allgemeinen Arbeitshast »passiert« sind. Verschiedene Spielarten von Bildlügen (Fehler, Leerstellen, selektive Wahrnehmungen, Verzerrungen usw.) thematisierte das Bonner Haus der Geschichte 1998 mit seiner Ausstellung »Bilder, die Lügen« (Haus der Geschichte 1998). In diese Geschichte von Bildlügen gehört auch folgender Film: Laut Internetportal *Die Freiheitsliebe* zeigte das *ZDF* am Jahresende 2012 einen Film, auf dem uniformierte Soldaten in brutalster Form Zivilisten erschlagen und töten. Während ein aus Jordanien berichtender deutscher Reporter im ZDF-Morgenmagazin erklärte, eine innerhalb einer Liveschalte eingespielte Szene würde prügelnde Soldaten der syrischen Armee zeigen (vgl. https://vimeo.com/28195567; letzter Abruf am 13. Mai 2015), kann eben diese Szene an ande-

rer Stelle bereits seit 2007 mit der Beschreibung »Folter irakischer Gefangener« (vgl. https://www.youtube.com/watch?v=7xKZbMx79fA; letzter Abruf am 13. Mai 2015) angesehen werden.

8.6.5 Ambivalenz Abschreckung/Faszination

Gesinnungsethiker wie Ernst Friedrich argumentieren, dass solche Schockbilder dazu beitragen, die Menschheit aufzuklären, sie schlauer zu machen, und im optimalen Fall sogar helfen können, Kriege für immer abzuschaffen. Gegen eine solche Argumentation ist nichts einzuwenden, sie ist in sich stimmig und orientiert sich außerdem an der positiven ethischen Maxime, Kriege abschaffen zu wollen. Lernpsychologisch ist aber die Wirkung solcher Schockbilder auf den Betrachter sehr viel schwieriger zu beurteilen und methodisch fragwürdig bleiben außerdem Validität und Reliabilität bei empirischen Wirkungsmessungen.

Wie die gesamte bisherige Diskussion über Gewalt und Massenmedien gezeigt hat, lassen sich sowohl für die Annahme, solche Bilder würden abschreckend wirken, gut Argumente bringen als auch für die umgekehrte Annahme, solche Bilder würden eine heimliche Faszination ausstrahlen. Diese Doppelargumentation wird schnell bei der definitorischen Arbeit darüber klar, was der Unterschied zwischen einem Kriegs- und einem Antikriegsfilm ist. Der von Francis Ford Coppola bewusst zum Antikriegsfilm erklärte Film *Apocalypse Now* von 1979 steht genau für diesen Zusammenhang: So manche Szene kippt hier in eine klammheimliche Faszination von Krieg um. Das gilt besonders für den gefilmten Einsatz von Kampfhubschraubern – unterlegt mit der pathetischen Musik von Richard Wagner.

So richtig diese Doppelargumentation im Allgemeinen auch ist, so wenig erscheint sie für Friedrichs Buch *Krieg dem Kriege!* zuzutreffen. Bei diesem Beispiel ist davon auszugehen, dass Schrecken und Entsetzen eines Bildbetrachters so immens groß sind, dass es keine heimliche Faszination gibt. Zu vermuten ist hier eher eine psychologische Abwehrreaktion, eine kognitive Dissonanz: Der Widerstand des Betrachters könnte so groß sein, dass er das Buch und die Bilder weglegt, weil er es psychisch nicht aushält, sich solche Bilder anzusehen.

8.6.6 Würde

Punkt 1 des Pressekodex des Deutschen Presserats von 1973 hält als eines der obersten ethischen Gebote die Wahrung der Menschenwürde durch die Presse fest. Damit konkretisiert der Pressekodex den im Deutschen Grundgesetz an herausgehobener Stelle stehenden Begriff der Würde. Mit anderen Worten: Trotz

zunehmender Kommerzialisierung aller Medien legen sich deutsche Medien insofern eine inhaltliche Beschränkung auf, als die Menschenwürde in der Berichterstattung nicht verletzt werden darf. Daraus könnte man ableiten, dass Schockbilder wie die von Ernst Friedrich nicht veröffentlicht werden dürfen. Andererseits formuliert Punkt 1 des Pressekodex als weiteres oberstes ethisches Gebot auch die wahrhaftige Unterrichtung der Öffentlichkeit. Und daraus könnte man sogar eine Verpflichtung der Presse ableiten, auch solche schrecklichen Bilder wie die von Ernst Friedrich zu publizieren.

8.6.7 Fotorealismus/Sublimierung durch Kunst

Ernst Friedrich war in seiner Radikalität – möglicherweise bewusst oder auch unbewusst – ein wenig naiv. Für ihn war es eine ausgemachte Sache, dass Fotos echt und authentisch sind. Vielleicht kann man ihm zugute halten, dass man Anfang der 1920er Jahre aufgrund der bis dahin noch recht kurzen Geschichte der Fotografie durchaus so denken konnte. Vielleicht ist das Entsetzen beim Anblick seiner Fotomotive so groß, dass man diesem Entsetzen gerade nicht mit dem Mittel des Fotorealismus gerecht werden kann. Furor und Amok sind nicht platt und nicht realistisch abbildbar. Was möglicherweise das Medium Foto bei diesem Thema nicht leisten kann, kann demgegenüber möglicherweise die Kunst, also Sublimierung statt Abbild. Solche Gedanken kommen dann auf, wenn man Friedrichs *Krieg dem Kriege!* mit Goyas schon erwähntem Bilderzyklus *Desastres de la guerra* vergleicht. Auf insgesamt 82 Grafiken hatte Goya die Gräueltaten der napoleonischen Truppen auf der iberischen Halbinsel von 1807 bis 1814 dargestellt. Seine Bilder zeigen Halbtote, Leichenberge und Massakrierungen. Wie Friedrich klagt auch Goya nur die maßlose Gewalt an, bezieht aber nicht Partei für das eine und gegen das andere Land. Und genau deswegen hatte es Goya auch Zeit seines Lebens nicht gewagt, die Bilder zu veröffentlichen. Doch im Gegensatz zu realistischen Fotos sind diese Grafiken künstlerisch gestaltet und lassen eher als Schockfotos emotionale Ambivalenzen zu. Vielleicht sind sie deswegen wirkmächtiger als Fotos. Und Gleiches mag für die eindrucksvollen Ölbilder der Folterszenen in Abu Ghraib des kolumbianischen Malers Fernando Botero gelten. Zwar dienen ihm die berühmten Fotografien als Grundlage, doch bettet er sie in eine christlich geprägte Kunstgeschichte von Ecce-Homo-Darstellungen, Dornenkrönung oder Geißelung ein (vgl. Spiess et al. 2005).

Das Bild der Folter in österreichischen Zeitungen

9

Man muss das Thema Folter in den Medien in die große, jahrzehntealte Debatte darüber einbetten, warum in den Medien so viel Gewalt auftaucht. Und wenn man das tut, dann kann man sehr deutlich sehen, dass der Gewaltanteil in den Medien von Jahr zu Jahr zunimmt, in Deutschland übrigens spannenderweise bei *ARD* und *ZDF* mehr als in den privatwirtschaftlichen Kanälen (vgl. ausführlich Bruns 1998). Die Erklärungen dafür sind unterschiedlich. Eine lautet, dass diese Kanäle einen höheren Nachholbedarf an Leichen pro Tag hätten. Freilich ist es eine bedrückende Tendenz, dass die Zunahme von Gewaltdarstellungen in den Massenmedien steigt und zur Normalität geworden ist.

Dieses vorweggeschickt, wird im Folgenden eine eigene empirische Untersuchung über das Bild der Folter in österreichischen Tageszeitungen präsentiert.

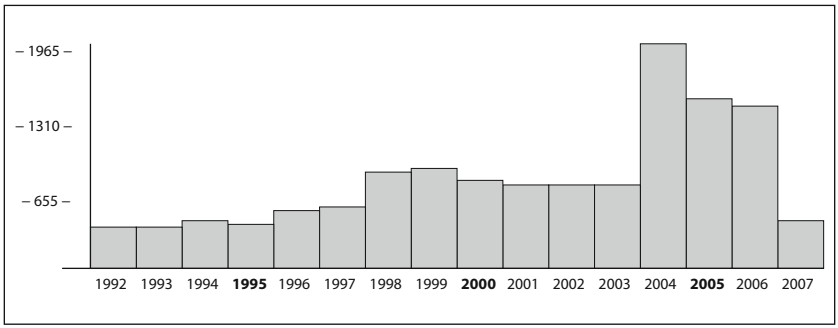
9.1 Allgemeine Ergebnisse

Bei der Analyse über die Folterberichterstattung in der österreichischen Presse wurden insgesamt drei verschiedene Methoden angewandt. 1. Quantitative elektronische Inhaltsanalyse von 101 Artikeln in den österreichischen Tageszeitungen *Der Standard* und *Neue Kronen Zeitung,* in denen über einen der drei ausgewählten Folterskandale berichtet wurde; Analyse-Tool: SPSS.[1] 2. Quantitative elektronische Inhaltsanalyse nach dem GABEK-Verfahren (PC-unterstütztes Verfahren zur Analyse, Verarbeitung und Darstellung von normalsprachlichen Texten (vgl. http://www.gabek.com). 3. Ideologiekritik von Signalwörtern (Ritsert 1972) um die Schwächen einer rein quantitativen Analyse aufzufangen.

Zunächst einmal wurde das Wort Folter in eine österreichische Pressedatenbank für den Zeitraum von 1992 bis 2007 eingegeben. Dabei ergibt sich die in Abbildung 9.1 dargestellte Verteilungskurve.

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_9,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Abbildung 9.1 Die Häufigkeit des Wortes Folter in der österreichischen Presse vom 1. Januar 1992 bis zum 4. Mai 2007



Österreichische Presse: *Kleine Zeitung, Kronen Zeitung, Kärntner Tageszeitung, Kurier, NEUE Zeitung für Tirol, Neues Volksblatt, Neue Vorarlberger Tageszeitung, Neue Zeit, Österreich, OK, Oberösterreichische Nachrichten, Die Presse, Salzburger Nachrichten, Der Standard, Tiroler Tageszeitung, Vorarlberger Nachrichten, Wirtschaftsblatt und Wiener Zeitung;* N = 12 602; Quelle: Online Datenbankrecherche; Eigene Erhebung.

Drei Sachverhalte kann man deutlich ablesen: Das Wort erscheint bis 1997 auf einem niedrigeren Level. Dann gibt es einen ersten Anstieg und dann einen großen Ausschlag 2004. Es gibt also drei quantitativ unterschiedliche Phasen, die die schwierige Frage aufwerfen, ob es tatsächlich mehr Folter oder nur eine größere Wahrnehmung von Folter gibt.

Selbstverständlich sind Interpretationen in beide Richtungen möglich. Man bräuchte Zusatzmaterial, um diese Frage adäquat zu beantworten. Spannend ist aber an dieser Stelle der Hinweis, dass eine Analyse einer deutschen Pressedatenbank eine sehr ähnliche Verlaufskurve zeigte, dass also Wahrnehmung und Ereignisse in Österreich und Deutschland ganz offensichtlich parallel zueinander verlaufen. Zum Schluss der Ausführungen soll auf die These eingegangen werden, dass eher Folter als die Wahrnehmung von Folter zunimmt.

Im Rahmen dieser Untersuchung geht es um drei Fallbeispiele:

Fall 1: Ende 2002 entführte Magnus Gäfgen den Bankierssohn Jakob von Metzler. Als Gäfgen von der Polizei festgenommen werden konnte, hatte der Vize-Polizeipräsident von Frankfurt Daschner einen Vernehmungsbeamten angewiesen, Gäfgen Schmerzen anzudrohen, um den Aufenthaltsort des entführten Jungen zu erfahren. Wegen Folterandrohung wurde Daschner daraufhin vom Dienst suspendiert. Fall 2: Nach der US-amerikanischen Invasion in Afghanistan im Jahr 2002 wurden über 1 000 Personen aus mehr als 40 Ländern als mutmaßliche Mitglieder der Taliban und der al-Qaida nach Guantanamo Bay verbracht, wo ih-

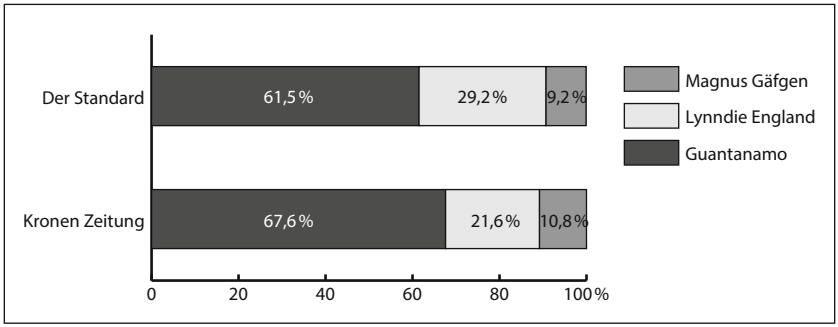
nen ihre Rechte als Kriegsgefangene verwehrt blieben. Stattdessen wurden sie als sogenannte *unlawful combatants* (ungesetzliche Kombattanten, sinngemäß sind das also ungesetzlicher Kämpfer) in besonderen Lagern des Stützpunkts interniert und gefoltert. Fall 3: Im April 2004 erniedrigte die US-amerikanische Soldatin Lynndie England sexuell irakische Gefangene im Abu-Ghraib-Gefängnis in Bagdad.

Anhand dieser drei Fälle wurde zunächst untersucht, welche Wörter für Folter genannt und in welchem Kontext sie gebraucht werden. Im Fall Magnus Gäfgen und bei Guantanamo ist die Berichterstattung sprachlich ziemlich dürr und nicht sehr konkret. Es gibt so etwas wie eine bürokratische Verwaltungssprache, wenn über Folter gesprochen wird. Ein Mitleiden ist in dieser nicht auszumachen. Der dritte Fall ist spannender und ganz anders gelagert. Denn dieser Fall um die Soldatin Lynndie England wird in allen Farben ausgemalt, die Semantik ist vielfältiger, bunt und reichhaltig, teilweise gab es hier erfreulich gute journalistische Arbeit. Die rein quantitativen Ergebnisse zeigen sehr deutlich, dass für die Presse und deren Wahrnehmung der wichtigste Fall jener der Soldatin England ist (er nimmt 60–70 Prozent des gesamten untersuchten Pressematerials ein). Ordnet man die Sprache der Folterberichterstattung nach den Kategorien sachlich, faktenorientiert, emotionalisierend und sensationalistisch, dann tritt eine sachlich-faktenorientierte Sprache (in einem sehr nüchternen, bürokratischen Kontext) wesentlich häufiger als eine sensationalistische auf.

Differenziert man die Häufigkeit der Berichterstattung über verschiedene Folterfälle anhand der beiden untersuchten Tageszeitungen, dann fällt auf, dass die *Neue Kronen Zeitung* am häufigsten über die Folter in Guantanamo und am wenigsten über die Folterandrohung im Fall Gäfgen berichtet, dass demgegenüber *Der Standard* am meisten über Guantanamao, am wenigsten über Lynndie England schreibt. Untersucht man die Presse danach, um welche Art von Folter es sich in allen drei Fällen handelt, dann verweigern sich die Zeitungen einer differenzierten Analyse von Gewalt. Was Folter ist, scheint einfach festzustehen. Auch bei der Frage danach, ob Folter z. B. primär ein rechtliches oder ein medizinisches Problem sei, bleibt die Presse merkwürdig flau. Auch hier gilt ganz einfach, dass Folter Folter ist. Allerdings folgt der größten Quantität *keine Angabe* in allen Zeitungen für die zwei Fälle Gäfgen und Guantanamo an zweiter Stelle mit rund 20 Prozent aller Zuordnungen, dass es sich bei Folter um ein Rechtsproblem handelt.

Doch einige Ergebnisse sind auch einfach erschreckend (Abbildung 9.4 und 9.5). Es bleibt unverständlich und nicht hinnehmbar, dass es einen kleineren Anteil von Berichten gibt, in denen Folter akzeptiert wird. Eine Solidarität mit den Opfern war erhofft worden, konnte in den Pressetexten aber nirgendwo gefunden werden. Noch schlimmer ist die Tatsache, dass es ab und an sogar eine Solidari-

Abbildung 9.2 Folter im Mediensplit



Quelle: eigene Erhebung

tät mit den Tätern gibt, beispielsweise mit der Soldatin Lynndie England. Die Artikel im *Standard* und in der *Neuen Kronen Zeitung* akzeptieren in dem kleinen Bereich von 5 Prozent Folter und lassen hier sogar eine positive Identifikation mit den Tätern erkennen.

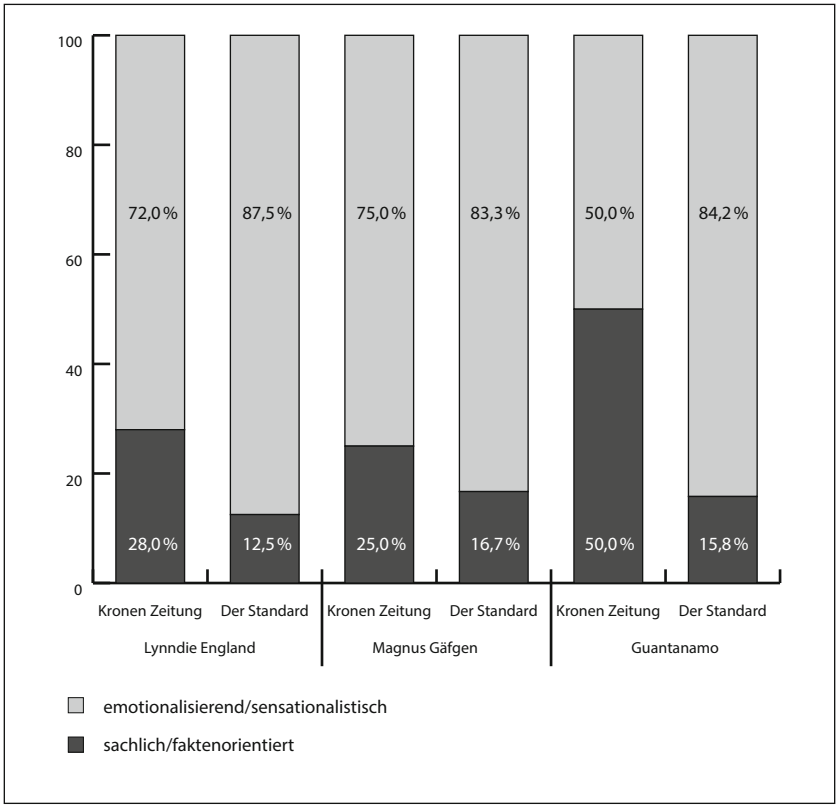
Das Gesamtergebnis ist insofern enttäuschend, als die Berichterstattung oft wenig differenziert ist – oft ist die Angabe *keine Angabe* die am häufigsten zutreffende Kategorie in der Berichterstattung. Wichtig auch dieses Gesamtergebnis: Es gab keinen einzigen Artikel, der eine mögliche Täter-Opfer-Relation thematisierte,[2] und nur einen einzigen Artikel, der auf die Folgen von Folter Bezug nahm. Dieses letzte Ergebnis stimmt mit zahlreichen Arbeiten über Gewaltdarstellung in den Medien überein. Wie detailliert auch immer die Gewalt selbst gezeigt wird – Gewaltfolgen werden von den Medien ausgeblendet.

9.2 Detailergebnisse[3]

1. Beim Fall Gäfgen wurden als Suchwörter die Namen Magnus Gäfgen oder Jakob von Metzler oder Wolfgang Daschner plus der Begriff Folter in die elektronische Datenbank eingegeben. Das erbrachte sechs Artikel im *Standard* und vier Artikel in der *Neuen Kronen Zeitung*. Insgesamt liegen also der Analyse für diesen Fall zehn Artikel im Zeitraum vom 20. Februar bis zum 29. Juli 2003 zugrunde.

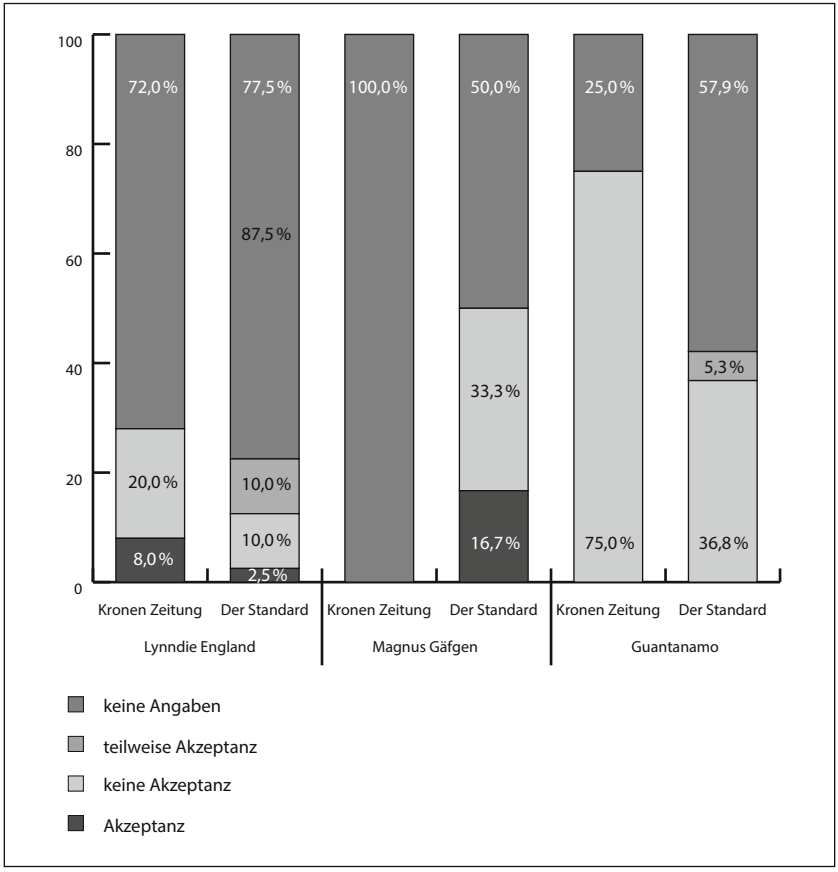
Bei diesem ersten Fall geht es nicht um Folter, sondern um die Androhung von Folter, also um eine Vorstufe von Folter. Und das ist allen Autoren klar. Dementsprechend tauchen ähnliche Begriffe auf wie Rettungsfolter, präventive Übergrif-

Abbildung 9.3 Sprachstil



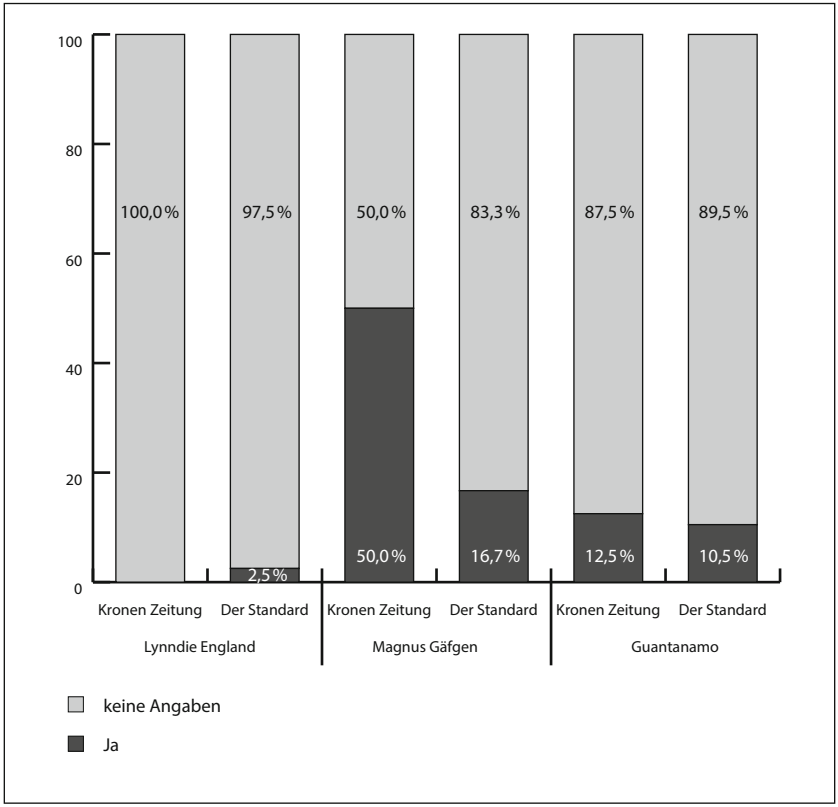
Quelle: eigene Erhebung

Abbildung 9.4 Akzeptanz von Folter



Quelle: eigene Erhebung

Abbildung 9.5 Solidarität mit den Opfern



Quelle: eigene Erhebung

fe, Folter *unter bestimmten Umständen,* Folter nach vorheriger Androhung, unter ärztlicher Aufsicht, durch Zufügen von Schmerzen (keine Verletzungen) und rechtfertigender Notstand. In einem seiner ersten Artikel schreibt *Der Standard:* »Androhung von Tortur ist unter keinen Umständen irgendwie auch nur statthaft«, und später knapp und kurz: »Folter ist verboten«. Man kann selten so einen eindeutigen Fall von Ablehnung in der Presse lesen wie in diesem Artikel. Auch die Aussagen in der *Neuen Kronen Zeitung* sind ähnlich: Es dürfe keine Androhung von Folter geben. Beim Fall Gäfgen stehen die Mauern der österreichischen Presse ziemlich fest. Hier ist keine Aufweichung zu erkennen. Tortur ist verboten.

In einem Artikel am 28. Februar 2003 weitet *Der Standard* die Androhungsdiskussion aus, indem er fragt, ob die »Öffentlichkeit vor der drohenden Wiederkehr eines Begründungszusammenhanges steht, den man das staatliche Recht auf den präventiven Übergriff nennen könnte«. Diese Zweifel des *Standard* sind sehr zu unterstützen, machen sie doch kritisch darauf aufmerksam, dass es inzwischen vielfältige Rechtsfiguren gibt, mit denen ein vorrechtliches (also politisches) Handeln im Nachhinein staatsrechtlich zu legalisieren versucht wird, etwa mit Begriffen wie Unterbindungsgewahrsam, Schubhaft, Präventivhaft, Verhinderung einer zu erwartenden Verwaltungsübertretung, Präventiv- und Präemptivkrieg, antizipatorische Verteidigung oder aufsuchende Hilfe (statt staatlicher Druck im Sozialbereich).[4]

2. Beim Fall Guantanamo ergab die Kombination der beiden Suchbegriffe Guantanamo und Folter 19 Artikel im *Standard* und neun weitere in der *Neuen Kronen Zeitung,* also insgesamt 28 Zeitungsartikel. Der Zeitraum beginnt mit dem 4. März 2003, dem ersten Tag mit einem Artikel über Guantanamo und erstreckt sich bis zum 15. Dezember 2004. Diese Artikel umfassen also einen Zeitraum von fast zwei Jahren.

Bei diesem Fall ist die Berichterstattung komplexer als beim Fall Gäfgen. Aus sprachlich-ideologiekritischer Sicht fällt auf, dass in der Berichterstattung zu Guantanamo die Eindeutigkeit verloren gegangen ist. In vielen Fällen tauchen Formulierungen auf wie »Der Bericht widerspricht«, »soll Folter gestattet haben«, »antwortete ausweichend«, »entgegen den Behauptungen des Pentagon«, »Washington räumte ein«, »Bush wehrt sich«, »ungenannte Stellen«, »geharnischter Protest«, »ausweichende Antwort«, »Verrenkungen im Folterskandal« oder »ominöses Foltergutachten«. Mit anderen Worten: Die Presse glaubt der US-amerikanischen Regierung kaum ein Wort.

Einen Schwerpunkt der gesamten Guantanamo-Debatte bilden juristische Debatten über den Folterbegriff. Solche Formulierungen heißen dann: »keine Bindung an Rechtsgrundsätze«, »ominöses Foltergutachten«, »obsolete Genfer Konvention«, »Verfassungswidrigkeit internationaler Gesetze gegen die Folter«,

»Folter-Verbot gilt nicht für Bush«, »Rechtsgutachten«, »straffreies Foltern«, »Rechtsbiegung« oder »neues Denken über das Kriegsrecht«. Scharf, sehr eindeutig – und beim *Standard* mit Gastartikeln prominenter Philosophen und Wissenschaftler – weisen beide Zeitungen alle rechtlichen Aufweichungen und Relativierungen des Folterbegriffes zurück.

Beide Zeitungen werten Guantanamo nicht als Ausnahmesituation. Beide beharren darauf, dass Folter Teil des US-amerikanischen Systems sei. Ähnliche Wendungen, die auf ein Grundsatz- und Systemproblem aufmerksam machen wollen, heißen: »von Pinochet zu Guantanamo«, »systematische Erniedrigung«, »Folter erlebt im 20. Jahrhundert eine Renaissance«.

Als Boulevardzeitung radikalisiert die *Neue Kronen Zeitung* die Sprache; sie verwendet mehrfach die Worte »Konzentrationslager Guantanamo«, »US-amerikanischer GULAG«, »uniformierte Folterknechte«, »Kriegsverbrechen« oder »Wüten der US-Justiz«. Zusammenfassend kann man sagen, dass die Presseberichterstattung zu Guantanamo ein Kommunikations- und PR-Desaster für die USA und im Speziellen für die US-amerikanischen Streitkräfte ist, wie es in Medienanalysen zu anderen Themen in keiner Situation derartig intensiv zu beobachten war.

Das, was man so gut wie nie kommerzialisieren kann, nämlich Glaubwürdigkeit, scheint den USA in diesen Debatten völlig verloren zu gehen.

3. Beim Fall Lynndie England ergab der Suchbegriff Lynndie England 35 Treffer im *Standard* und 28 Treffer in der *Neuen Kronen Zeitung.* Das sind insgesamt 63 Zeitungsartikel im Zeitraum vom 7. Mai 2004 bis zum 5. Oktober 2005.

Der Fall Lynndie England lebt von zentralen Bildkonstruktionen, die wir alle kennen. Die Mischung der Bildelemente starke Frau, Hundeleine[5] sowie nackter, schwacher und hilfloser Mann resultiert beim Rezipienten in Abscheu und sexueller Neugier. Das Bild einer Frau bei sadomasochistischen Sexualpraktiken belebt die Fantasie besonders in männlichen Köpfen, und genau diese Fantasie wird seit vielen Jahrzehnten auch in Populärliteratur und Pornografie (vgl. Hirschfeld und Gaspar 1966; Theweleit 1980; Villeneuve 1988; Duerr 1993), in Kriegsfilmen und in Kriegspropaganda bedient (vgl. ausführlich dazu Bürger 2007). In der Kriegspropaganda besteht stets eine enge Verbindung zwischen kriegerischem und sexuellem Vokabular. Im US-amerikanischen Film *Top Gun* wird z. B. werden häufig Wörter wie approach, engage, maneuver, target hit oder shoot benutzt, die stets eine doppelte Bedeutung haben. Sie sind immer männlich, sexuell und kriegerisch konnotiert (vgl. Andersen 2005, S. 368).

Diese Art von Konnex ist durchaus bekannt und mitzudenken. Bei der Anprangerung der Kriegssexualität Lynndie Englands schwingt der Vorwurf mit, ihr sexuelles Vergehen wiege schwerer als das von Männern. Das eigentlich Schlimme



Abbildung 9.6 Die Soldatin Lynndie England mit einem nackten irakischen Gefangenen an der Hundeleine

Quelle: Der Standard, 7. Mai 2004, S. 1

ist die Sexualität der Frau, nicht die Folter. Man muss bei diesem Bild noch einen anderen Zusammenhang mitdenken. Man erinnere sich an das Husarenstück US-amerikanischer Soldaten, als die entführte Soldatin Jessica Lynch des Nachts aus einem Hospital befreit und danach als Heldin gefeiert wurde (vgl. Prause 2004). Diese zwei US-amerikanischen Soldatinnen, die böse Hexe und der gute Engel, sie gehören – sozusagen im Kopf der männlichen Fantasiebearbeitung – zusammen. Bild und Berichte über Lynndie England kennen folgende Elemente.

Erstens: Die Formulierung der *Neuen Kronen Zeitung* »Die Folterhexe Lynndie England ist angeblich nicht von einem GI sondern von einem Häftling schwanger« ist ein zentraler Satz, der die männliche Fantasie bedient. Mit einem solchen Satz findet eine Machtverschiebung zwischen Opfer und Täter statt. Der Satz lädt ein, genüsslich mit dem Thema der verbotenen Sexualität zu spielen. Und genau so ist auch der folgende Satz zu interpretieren: »Folterpornos aus dem Irak kommen nun bald in den Handel«. Dieser Satz spekuliert mit der Fantasie des männlichen Lesers als potenziellem Käufer. (Im Übrigen ist dieser Satz außerdem nicht ganz abgelöst von der Realität zu betrachten, da die US-amerikanische Armee weltweit der größte Abnehmer von pornografischem Material ist.)

Zweitens: Was als Leserbrief in der *Neuen Kronen Zeitung* mit den Worten »Manche Soldaten wären sicher froh, wenn sie nur an einer Hundeleine durch das Gefängnis gezerrt würden« so harmlos daherzukommen scheint, schimmert in der Berichterstattung auch an vielen anderen Stellen der Berichterstattung durch, nämlich der verharmlosende Gedanke, hier gehe es nicht um Folter, sondern um Sex. Und genau in diesem Sinne kommentierte der rechtsradikale US-amerikanische Radiokommentator Rush Limbaugh das Bild von Lynndie England mit

dem irakischen Gefangenen an der Hundeleine: »Sieht wie die bekannte gute alte US-amerikanische Pornografie aus«. Wahrscheinlich hatten die Soldaten einfach eine *gute Zeit*. Diese Bilder sehen doch genauso aus wie das, »was Madonna oder Britney Spears auf der Bühne machen« (Andersen 2005, S. 368).

Drittens: Sowohl in der *Neuen Kronen Zeitung* als auch im *Standard* wird Lynndie England häufig als »schmale Frau mit Bubikopffrisur« beschrieben oder »liebes Mädchen, nettes Mäderl« genannt. Was soll das für den Leser/die Leserin bedeuten? Wiederum wird hier eine latente Botschaft angeboten und zwar die, dass diese Frau doch eigentlich genauso ist wie du und ich. Und wer *normal* ist, kann doch bitte kein Folterer sein. Auffallend häufig wird in diesem Zusammenhang ihre einfache Kindheit geschildert, es wird langatmig berichtet, wie sie als Mädchen gern in den Wäldern Beeren gesammelt habe, wie gut sie in der Schule und wie beliebt sie in ihrem Dorf gewesen sei. Damit kommt eine weitere Verharmlosungsstrategie zur Anwendung.

Viertens: Ein durchgehendes Argumentationsmuster in der Berichterstattung über Lynndie England lautet: Die Kleinen werden bestraft, die Großen lässt man laufen. Dieses Muster zeitigt ambivalente Konsequenzen. Einerseits verspürt der Leser/die Leserin wiederum Mitleid mit der Protagonistin, andererseits schürt dieses Muster eine populistische Wut auf *die da oben* – also die USA.

Fünftens: An einer Stelle heißt es im *Standard:* »Lynndie England ist das wahre Gesicht der Vereinigten Staaten«. Das erinnert an die Berichterstattung über Guantanamo. Die USA sind angesichts der Folterungen offensichtlich dabei, ihre Glaubwürdigkeit zu verspielen. Mit der GABEK-Methode wurde u. a. untersucht, welche Begriffe wie häufig gleichzeitig miteinander auftauchen. Hier wurden die Begriffe Folterung, Misshandlung, Gefängnis, Abu Ghraib häufig mit dem Begriff Lynndie England in Bezug gebracht. Gleichzeitig tauchten die Begriffe Foltersoldatin und Folterhexe in diesen Textpassagen genauso häufig auf wie die Formulierung nettes Mäderl. Die Verwendung solcher konträrer Begriffe so eng nebeneinander vermittelt den Eindruck einer Doppelgesichtigkeit der Politik der Vereinigten Staaten. Und genau diese Doppelgesichtigkeit findet sich dann auch in Formulierungen wie »zweifelhafter Weltruhm«, »Doppelmoral« oder »hässliche Fratze« wieder.

9.3 Resümee: Fünf theoretische Gedanken zum empirischen Material

Erstens: Die Presseberichterstattung über Folter zeigt, dass die strikte Ablehnung von Folter keineswegs selbstverständlich ist. Einer Androhung von Folter stehen nicht nur einige Juristen positiv gegenüber, sondern auch Teile der Presse. Dies

erscheint deswegen bedrückend, weil laut Zusatzprotokoll zur UN-Antifolterkonvention bereits die Prävention von Folter juristisch geboten ist (vgl. Deutsches Institut für Menschenrechte 2007).

Zweitens: Es muss bedrücken, dass die Presse teilweise die Folter als Mittel akzeptiert und dass sie sich in einigen Passagen sogar mit Folterern solidarisiert. Des Weiteren muss kritisch angemerkt werden, dass die hier untersuchten Zeitungen die Opfer von Folter nicht zu Wort kommen lassen. Man mag das Fehlen der Opferperspektive bei den Eltern des ermordeten Jungen Jakob von Metzler deswegen akzeptieren, da diese selbst alle öffentlichen Äußerungen abgelehnt hatten, doch gilt dieses Argument weder für die Opfer von Abu Ghraib noch für ehemalige Folterhäftlinge von Guantanamo. Von dieser Praxis, der Opferperspektive keinen Platz einzuräumen, gibt es nur eine kleine Ausnahme im *Standard:* Eine kleine Notiz über einen ehemaligen Guantanamo-Häftling in Pakistan. In dieser Notiz steht, dass er ein körperliches Wrack und reif für die Psychiatrie sei. Das ist bei 101 Artikeln der einzige Zweizeiler, bei dem es konkret um die Opfer geht!

Drittens: Sexuelle Folter bedient den Voyeurismus vieler (nicht nur männlicher) Rezipienten, und stimuliert das Unbewusste auch bei denjenigen positiv, die nach außen hin jede Folter ablehnen. Damit sind auch wir selbst gemeint. Sexuelle Folter ist ganz offensichtlich ein wichtiges Einfallstor für eine Aufweichung der generellen Ablehnung von Folter. Beim Thema sexuelle Folter trennen die Medien kaum noch zwischen Ablehnung und Befürwortung – Wahnsinn wird ganz leicht zur Normalität. In diesem Themenfeld haben die hier untersuchten Zeitungen am meisten versagt.

Und insofern müssen auch die beiden in den Abbildungen 9.7 und 9.8 gezeigten Bilder aus sehr unterschiedlichen Zeiten und Kontexten parallel zueinander gesehen werden. Das erste Bild zeigt ein Plakat der spanischen Linken aus dem spanischen Bürgerkrieg. Dieses Bild versüßt die offensichtlich nicht als »normal« empfundene Botschaft, dass nun auch Frauen zu den Waffen greifen müssten, mit den Stöckelschuhen dieser attraktiven Schönheit. Dagegen verlockt das Bild einer uniformierten Henkerin in Nazi-Umgebung, die ihre Nerven (mit einer Peitsche oder einem Knüppel) an den Körpern der Gefangenen beruhigt, durchaus so, dass der Rezipient trotzdem und gerade deswegen auch noch süß-sexuelle Lust empfindet. Von diesen Gedanken führt dann ein nur noch kleiner Sprung zu Francisco de Goyas Skizzenbild Nr. 43, auf dem der Traum der Vernunft Ungeheuer gebiert, und zu Theodor W. Adornos *Dialektik der Aufklärung:* Aufklärung bringt eben nicht nur Vernunft, sondern auch KZs hervor.

Denkt man bei dem Thema sexuelle Folter und dem Bild der Soldatin Lynndie England auch noch an Rezipienten in arabischen Ländern, so ist dem Zitat von Laila Dregger aus einem Aufsatz zu dieser Thematik zuzustimmen: »Öffentliche Nacktheit im Islam ist eine unverzeihliche Erniedrigung, die nicht wieder gut ge-



Abbildung 9.7 Plakat der spanischen Linken im Spanischen Bürgerkrieg (1936)

Quelle: Frankfurter Rundschau, Osterausgabe 1998, S. ZB5

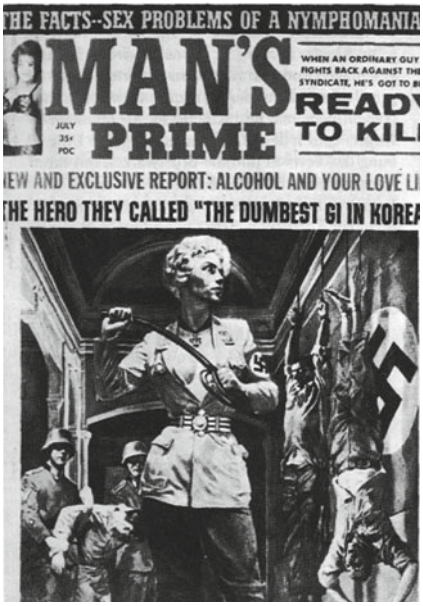


Abbildung 9.8 Umschlag des US-amerikanischen Magazins *Revue Man's Prime* (Anfang der 1950er Jahre)

Quelle: Villeneuve 1988, S. 179

macht werden kann. Der Hund ist ein unreines Tier, die Frau, die über dem Mann steht und ihn kontrolliert, verstärkt diese Erniedrigung. Der optische Eindruck dieses Bildes und die Bildinformation heißt: Der Islam wurde in den Staub gezogen« (Dregger 2007).

Viertens: Gerade auf dem Höhepunkt der für die USA so negativen Guantanamo- und Abu-Ghraib-Berichterstattung verwandelte eine PR-Firma für des Pentagon den im Afghanistankrieg im *friendly fire* gefallenen Footballstar und US-Soldaten Pat Tilman insofern in einen Helden, als man der US-amerikanischen Öffentlichkeit wahrheitswidrig verkaufte, er sei bei dem Versuch, Kameraden zu retten, aus dem Hinterhalt erschossen worden (vgl. N. N. 2007, S. 11). Diese PR-Kampagne, die erst im April 2007 aufflog, lässt vermuten, dass die US-amerikanischen Regierung ihren Glaubwürdigkeitsverlust durch die internationale Berichterstattung über Folter wahrgenommen hat und ihm entgegenwirken wollte. Andererseits könnte es aber auch sein, dass die oben beschriebene Berichterstattung über die Folter in Guantanamo überhaupt keine Berichterstattung über Folter ist. Es könnte eine Verschiebung vom Thema Folter hin zu einer Thematisierung der Vereinigten Staaten selbst stattgefunden haben. Möglicherweise gab es gar keine Folterberichterstattung, sondern stattdessen eine Berichterstattung über ein Land, an dem sich die Presse anhand des Themas Folter abarbeitet (siehe auch Kapitel 4).

Fünftens: Laut *Standard* »beklagten sich Kommandanten im US-Gefangenenlager Guantanamo Bay darüber, dass sie mit ›herkömmlichen‹ Verhörmethoden nicht genügend Informationen von den Häftlingen erhielten.« In einem Bericht »wurde argumentiert, dass nichts wichtiger sei, ›als Geheimdienstinformationen zu erhalten, die für den Schutz unzähliger Bürger lebenswichtig sind‹«.

Mit Blick auf die spanische Inquisition lassen sich über diese Zitate aus dem *Standard* einige Spekulation anstellen: Man kann die Inquisition nicht nur – wie die meisten Menschen denken – über Folterungen und erpresste Geständnisse charakterisieren. Der Sinn der spanischen Inquisition ab 1478 ist ein ganz anderer. Die Inquisition in Spanien ist der erste große, systematische Versuch, das vorhandene Wissen nach der Revolution durch Gutenbergs Buchdruck zu systematisieren und in Bibliotheken anzulegen. Auf diesem Wege wollte die katholische Kirche ihre Hegemonie sichern. Mittels neuer Informationstechnologien erstrebte sie das Monopol über die Deutung von Realität. Inquisition war ganz wesentlich die Organisation von Wissen. Menschen und Bücher, die dem katholischen Deutungsmonopol widersprachen und sich der Buchrevolution entziehen wollten, mussten verbrannt oder anders zur Räson gebracht werden (vgl. Hroch und Skýbová 1985 S. 210 ff.; Rafetseder 1988).

Spekulativ zurück in die Gegenwart: In einem Zeitalter, in dem jedermann meint, dass es mit dem Internet einen zunehmenden freien Wissensfluss gebe und

dass nun jeder weltweit Zugriff zu jeder Bibliothek und jedem Buch bekomme und die Wissensrevolution uns aus allen Fesseln befreie, stören Häftlinge, die ihren Mund nicht aufmachen. Sie müssen per Folter gezwungen werden, sich ihren Folterern mitzuteilen.

Abschließend zu diesem Kapitel eine spekulative Frage. Wird in Zukunft Folter oder die Wahrnehmung von Folter zunehmen? Die reale Folter wird deswegen zunehmen, weil in einer Gesellschaft, die sich zunehmend als Wissensgesellschaft definiert, *verstockte* Menschen, die nicht reden wollen, stören. Sie sind systemfremd. Und die Botschaft lautet dann, man werde ihnen den Mund schon aufmachen können. Zugegeben, das ist spekulativ und eventuell auch symbolisch und nicht nur real zu verstehen. Doch gut könnte es sein, dass man es den Menschen, die durch Stummheit das System verraten, weil sie nicht reden wollen, schon sehr drastisch zeigen wird.

10 Die Informationsrevolution frisst ihre eigenen Kinder: Internationale Medienpolitik zwischen Terror, Militarisierung und totaler Entgrenzung

10.1 Medien und Terrorismus

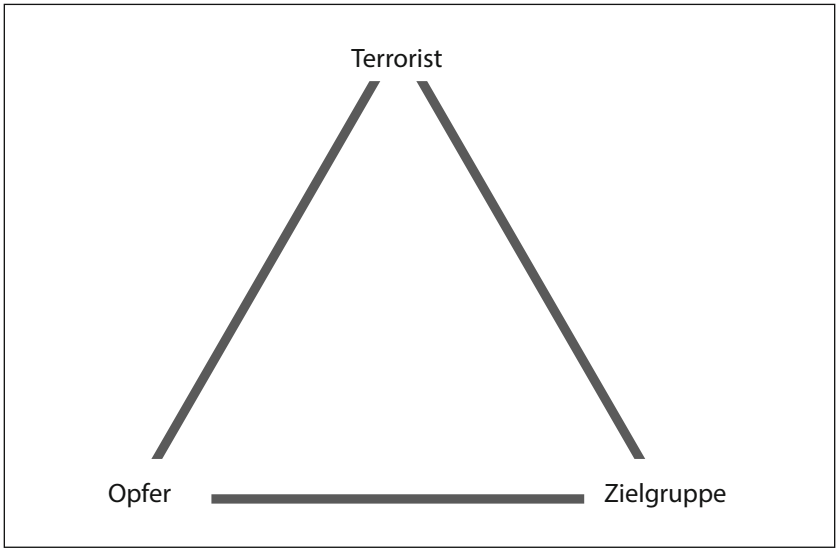
David Finchers Film *Fight Club* von 1999 kommt dem Anschlag vom 11. September 2001 ziemlich nahe: Eine Gruppe junger Männer gründet hinter der Fassade eines Boxvereins Terrorzellen, die die Gebäude aller Kreditkartenunternehmen in die Luft sprengen wollen. Wie bereits gesagt (vgl. Abschnitt 2.7.): Die terroristische Zerstörung von Finanzgebäuden, Krieg gegen radikale Muslime in Afghanistan (so in *Rambo III* mit Sylvester Stallone von 1987) oder Islamophobie (vgl. Said 1997; Shaheen 2001) – diese drei Momente von Ideologieproduktion kennt die US-amerikanische Traumfabrik Hollywood seit Langem.

Um den Kommunikationsaspekt von Terrorismus verstehen zu können, ist es sinnvoll, sich diesen Aspekt als ein Dreiecksverhältnis zwischen Terrorist, Opfer und Zielgruppe vorzustellen. Dabei ist das Opfer, das normalerweise in irgendeiner Form mit der Zielgruppe verknüpft ist, eine Art von Instrument, um der Zielgruppe eine ganz spezifische Botschaft nahezubringen, also um mit ihr zu kommunizieren. Das Opfer des Terrorismus soll die Zielgruppe traumatisieren, demoralisieren, auf alle Fälle beeinflussen. Da bei einem terroristischen Akt normalerweise nur zwei der drei Pole dieses Dreiecksverhältnisses anwesend sind, kommt der Kommunikation eine entscheidende Bedeutung zu. Nur Kommunikation ist es, die den dritten Pol des Dreiecks in eine Beziehung zu den anderen beiden Polen einbindet.

Die Sprache des Terrorismus ist alt. Für einen russischen Sozialrevolutionär im 19. Jahrhundert war dessen Bombe gleichzeitig seine Sprache. In dieser Sprache wehrte er sich gegen eine ungerechte und inhumane politische Ordnung ohne Presse- und Versammlungsfreiheit. Technologisch gesprochen und aus der Sicht des historisch erreichten Standes der Produktivkräfte entsprach der anarchistisch-terroristischen Bombe eines Attentäters oder eines Kaisermörders im 19. Jahr-

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_10,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Abbildung 10.1 Terrorismus und Kommunikation



Quelle: eigene Darstellung

hundert eine unregelmäßig und im handwerklichen Druckverfahren hergestellte Zeitung mit kleiner Auflage. Solche Untergrundmedien konnten damals noch durchaus mit offiziellen Medien konkurrieren. Auch viele Zeitungen im 19. Jahrhundert kamen nicht über eine Auflage von einigen hundert, bestenfalls einigen tausend Stück hinaus, und oft beschränkte sich ihr Umfang auf nur wenige Seiten. Den beiden Größen Medienangebot und Lesermarkt konnte ein einzelner anarchistischer Redner mit einer öffentlichen Rede im Hyde-Park durchaus noch Paroli bieten.

Dieses Verhältnis änderte sich in dem Augenblick, als aus ökonomischen und technologischen Bedingungen heraus nur noch wenige, aber sehr auflagenstarke Zeitungen Millionen von Lesern ansprachen. In dem Moment, in dem aber ein öffentlicher Diskurs in privatwirtschaftlich verfassten Medien stattfand, in dem es einer Zeitung immer weniger um Leser als um Werbung ging (und aus betriebswirtschaftlichen Gründen auch gehen musste),[1] konnte ein Terrorist mit normalen Kommunikationsmitteln kein Gehör mehr finden. Wer terroristischer Gegner der vorherrschenden kapitalistischen Kultur war, konnte nicht damit rechnen, dass ihm die Massenmedien Gehör schenken oder ihm gar Werbeplatz einräumen

würden. Parallel dazu blieben die eigenen Medien der Terroristen klein; ihre Nischenmedien wurden in der Öffentlichkeit nicht mehr wahrgenommen.

Terrorismus ist eine ganz spezifische Form von Kommunikation. Selbstverständlich verändert sich diese Form je nach historischen und kulturellen Bedingungen. Die Ungeheuerlichkeit des terroristischen Anschlags auf das World Trade Center und das Pentagon vom 11. September 2001 gründet darin, dass die USA, die einzig verbliebene Supermacht, auf ihrem eigenen Territorium verwundet wurde, im hohen Symbolcharakter der beiden zerstörten Gebäude und in der direkten, globalen und zeitgleichen medialen Inszenierung des Geschehens. Die drei eigentlich getrennten Beziehungspole Terrorist, Opfer und Zielgruppe schmolzen sowohl real als auch medial zu einem einzigen Pol zusammen. Anders formuliert: Weil das Fernsehen die Bilder der beiden brennenden Türme des World Trade Center immer wieder zeigte, fungierte es als heimlicher Komplize sowohl der entsetzlichen Bilder als auch der Terroristen.

Wenn sich Kinder die Augenbrauen auszupfen, sich also autoaggressiv verhalten, wenn sie aufhören zu essen oder wenn sie mit dem Gedanken an Selbstmord spielen, dann sind solche Vorgänge oft genug Symptome von Beziehungs- und Kommunikationsstörungen zwischen ihnen und ihren Eltern. Solche Symptome erheischen Kommunikation mit Öffentlichkeit. Ganz ähnlich verhält es sich mit dem Phänomen des Terrorismus. Schon 1975 analysierte der amerikanisch-österreichische Psychologe Friedrich Hacker Terrorismus mit den folgenden Worten:

> »Der terroristische Akt ist ein Appell an die Umwelt zur Hilfeleistung, ein drastischer Vorwurf an die desinteressierte, blinde und taube Welt, welche die berechtigten Anliegen und Ansprüche der ungerecht behandelten, missachteten Terroristen ignoriert. Blitzartig soll durch die terroristische Aktion ein ins Dunkel des Vergessens verdrängtes Unrecht beleuchtet und sichtbar gemacht werden. Das Signal weist auf den bisher nicht genügend bemerkten Notstand hin und kündigt an, dass die Terroristen nicht mehr gewillt sind, die bisherige Vernachlässigung weiter zu dulden.« (Hacker 1975, S. 220–221)

Der Transfer einer derartigen Einschätzung zur Medienpolitik liegt auf der Hand. Explizit stellte diesen Bezug z. B. Richard Francis her, früher Abteilungsleiter für Nachrichten und Aktuelles bei der *BBC*. Seine Analyse der terroristischen Gewalt im Nordirland-Konflikt der siebziger Jahre lautete folgendermaßen:

> »Die Geschichte des Rundfunks in Irland und besonders in Nord-Irland zeigt deutlich, dass in den sechziger Jahren die bewusste Verbannung von extremen Stimmen aus dem Äther und die sorgfältige Beschäftigung mit den legitimen Zielen der Republikaner uns unglücklicherweise genau die Probleme bescherte, die wir dann in den

> folgenden zehn Jahren bekamen. […] Rundfunkleute müssen endlich verstehen, dass Menschen, die ihre legitimen Ziele nicht innerhalb eines demokratischen Systems verwirklichen können, frustrierte Menschen sind und aus dem System heraus gedrängt werden. […] Es besteht die Gefahr, dass in dem Augenblick, in dem niemand auf extreme Stimmen achtet und auf sie hört, sich nicht von ihnen herausgefordert fühlt und sich nicht engagiert, dass sich genau dann diese Stimmen Methoden der Gewalt zuwenden und sich außerhalb des demokratischen System stellen, damit man sie endlich wahrnimmt.« (EBU 1978, S. 31).

Die journalistische und politische Maxime, die Richard Francis von der *BBC* hier schildert, erlangte in Großbritannien sogar gesetzgeberische Qualität. Aufgrund einer 1988 vorgenommenen Gesetzesänderung des Rundfunkgesetzes von 1981 war es britischen Radio- und TV-Stationen verboten, Interviews mit IRA-Mitgliedern zu senden.

In einer Welt von Blind- und Taubheit, Desinteresse, Ausklammerung und Vernachlässigung kommunizieren die Terroristen vom 11. September 2001, dass sie an einem Punkt extremer Verzweiflung stehen. Ihre kommunikative Botschaft an die Welt heißt: Interessiert euch für uns, wir wollen von euch nicht länger blind und taub gemacht werden, wir wollen von euch endlich wahrgenommen und gesehen werden. Wir wollen nicht länger unsichtbar sein – so könnte man das Anliegen der Terroristen mit der Botschaft vergleichen, die der afroamerikanische Autor Ralph Ellison der weißen US-Bevölkerung anbot, als er seinem ungeduldigen Emanzipationsroman den Buchtitel *Invisible Man* (1952) gab.

In einer Weltunordnung der internationalen Kommunikation, in der sich weit mehr als die Hälfte der Menschheit in den Massenmedien keinerlei Gehör verschaffen kann, entspricht der außergewöhnlichen, singulären und extremen Kommunikationsbotschaft der Terroristen vom 11. September 2001 der normale und alltägliche massenmediale Overkill im reichsten Land der Erde. In den USA gab es bereits in den 1980er Jahren 17 000 Zeitungen, 12 000 Zeitschriften, 27 000 Video-Verleihstellen, 350 Millionen TV-Geräte, mehr als 400 Millionen Radiogeräte, hier wurden jährlich 40 000 neue Bücher gedruckt, jeden Tag 41 Millionen Fotos aufgenommen, es landeten jährlich 60 Milliarden Briefe in den Briefkästen der USA (Postman 1985) und dieses Land exportierte wöchentlich 150 000 Programmstunden Filme in den Rest der Welt, wobei diese Menge einer Verfünfzigfachung von Filmausfuhren innerhalb von nur zwanzig Jahren entsprach (Ohmstedt 1993). Nun hat sich dieser mediale Overkill mit dem Internet um ein Vielfaches potenziert.

Doch zeigte die internationale Medienwelt nach dem 11. September 2001 auch, dass dieser mediale Overkill aus den USA gleichermaßen wirkmächtig wie auch -ohnmächtig ist. War der Afghanistankrieg seitens der USA aus Gründen der Zen-

sur absichtlich ein Krieg ohne Bilder, so durchbrach der arabische TV-Sender *Al Jazeera* die US-amerikanische Bildhoheit und Bilddeutung mit den Videos von Osama Bin Laden. Gerade weil es nur wenige Videos von Osama Bin Laden gab, gerade auch weil sie von ihrer Bildästhetik her so altmodisch, starr und patriarchal wirkten, gerade weil sie in den westlichen Industrieländern nur wenig und oft nur zensiert gezeigt wurden, erlangten sie in der Weltöffentlichkeit eine ikonografische Bedeutung, die weit über der des Bildangebots von *CNN* lag.

10.2 Die Rolle der Medien in den jüngsten Kriegen

Auch wenn es in allen Kriegen eine Korridorbildung in der veröffentlichten Meinungsbildung gegeben hat und dieses Phänomen auch heute noch gilt, so schält sich im Verhältnis von Krieg zu Medien seit dem Zweiten Golfkrieg von 1991 ein neues Phänomen heraus. Das Neuartige besteht darin, dass es staatlich-militärisch kontrollierte Informationssysteme gibt, die über privatwirtschaftlich arbeitende PR-Agenturen eine bezahlte und bezahlbare Medienöffentlichkeit konstruieren, die einer (Angriffs-)Kriegsführung mit guten demokratischen Gründen zustimmt. Indem es einem staatlich initiierten, aber privatwirtschaftlich exekutierten Kriegs-Medien-PR-System sogar gelingt, einige NGOs, Thinktanks, Consulting-Firmen und Teile der Friedensforschung auf seine Seite zu ziehen, wird »die NATO zum militärischen Arm von amnesty international. Vernunft soll herbei gebombt werden« – so Ulrich Beck (1999, S. 17) in einem politischen Essay.

Die Kriegsberichterstattung in den Massenmedien ist inzwischen also das Resultat von Marktbeziehungen zwischen Regierungen und Consulting-Unternehmen, die für ihre Medienmanipulationen bezahlt werden. Der Charakter medialer Kommunikation bemisst sich nicht länger daran, ob ein Diskurs kommunikativ sinnvoll gestiftet wurde, sondern daran, ob es eine Kongruenz zwischen privatwirtschaftlich vereinbarter und erfolgreich ausgeführter Medienmanipulation gibt. Außer der Privatisierung der Berichterstattung über den Krieg gibt es noch zwei weitere Bereiche der modernen Kriegsführung, die der Staat inzwischen privater Verfügung zuführt. Da gibt es neben der Privatisierung von ehemals öffentlicher Kriegskommunikation durch PR-Agenturen eine Privatisierung des staatlichen Gewaltmonopols. Vorbei an parlamentarischen Zustimmungspflichten und Budget-Genehmigungen für einen staatlichen Verteidigungshaushalt externalisiert der Staat seine Kriegsführung an Private Militärfirmen (PMFs). Schließlich vollzieht sich in dem Bereich, der früher die ureigenste Domäne staatlicher Politik war, nämlich in der Diplomatie, eine Privatisierungs- und Outsourcing-Strategie. Lobbying in den Zentren einer fremden Macht, die Formulierung von politischen Programmen und internationalen Resolutionen, internationale Ver-

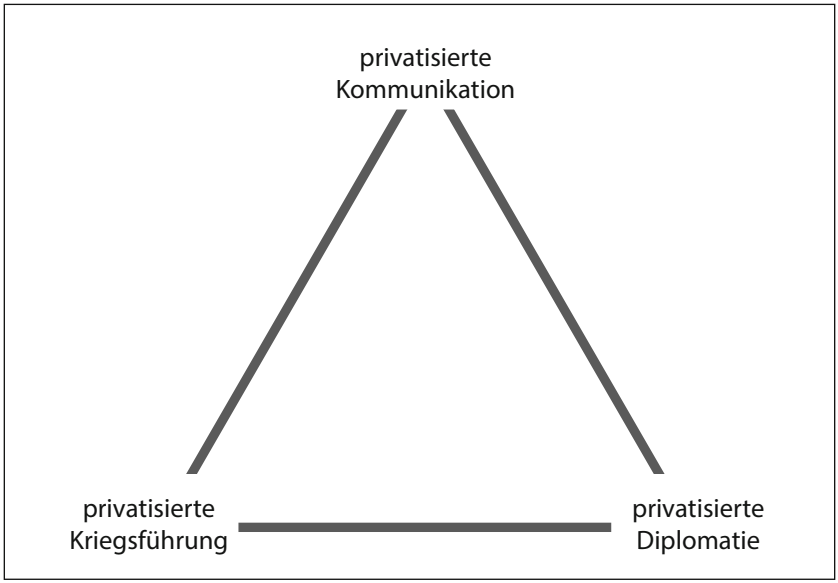
tragsverhandlungen über Krieg und Frieden hinter geschlossenen Türen – all das wird nun ebenfalls auf einer marktfähigen Ebene von Angebot und Nachfrage gekauft und verkauft. Das Dreieck von 1. privatisierter Kriegskommunikation, 2. privatisierter Kriegsaustragung und 3. privatisierter Diplomatie wird die Zukunft von Krieg und Frieden entscheidend verändern und muss theoretisch wie empirisch dringend analysiert werden.

Aus der Sicht der postmodernen französischen Philosophie stehen die *alten Kriege* der Moderne und ihre entsprechenden Diskurse für das Konzept der Disziplinargesellschaft, so wie es Michel Foucault (1976) entfaltet hat, also einer Gesellschaft, in der alle sozialen Beziehungen nach den beiden Prinzipien von Überwachen und Strafen geregelt werden. Medienbeziehungen im Krieg werden in dieser Disziplinargesellschaft durch das Prinzip der Zensur (Exklusion) geregelt. Demgegenüber stehen die *neuen Kriege* der Spätmoderne (deren Anfänge im Zweiten Golfkrieg und in den Balkankriegen zu finden sind) und ihre entsprechenden Diskurse für das Konzept der Kontrollgesellschaft, so wie es Gilles Deleuze entfaltet hat,[2] also einer Gesellschaft, in der die Menschen im vorgegebenen eigenen Interesse gern und »freiwillig« mit Polizei und Militär kooperieren, um gegen ihre eigene permanente Lebenskrise und strukturelle Angst vorgehen zu können. Die Notwendigkeit von Bestrafung und Überwachung ist internalisiert worden. Überwachen und Bestrafen werden als nötig, gar als schön empfunden. Medienbeziehungen im Krieg werden in der Kontrollgesellschaft durch das Prinzip der Kooperation (Inklusion) geregelt *(embedded journalism, embedded NGOs* und *embedded Zivilgesellschaft)*.

Von der Rolle der Medien in früheren und in gegenwärtigen Kriegen kontrastiv zu sprechen, unterstellt zeitlich und qualitativ distinkte Entwicklungen und Muster. Solche Unterscheidungen folgen normalerweise verschiedenen Varianten von Evolutionstheorien. Danach haben sich Geschichte und Gesellschaft linear, fortschreitend und zivilisatorisch entwickelt. Hinter diesen Evolutionstheorien stehen relativ simple Annahmen, z. B. die einer Entwicklung von einem früher einfachen zu einem heute komplexen Zustand oder die von einer sich stets verkomplizierenden Entwicklung der Produktivkräfte – daher der landläufige Technikdeterminismus.

Auch die französische Postmoderne folgt genau dieser Annahme. Das wird in Bezug auf die Rolle der Medien im Krieg besonders deutlich bei Paul Virilio. Negativ fasziniert von der waffentechnischen Zerstörungsqualität der US-Waffen im Golfkrieg von 1991 ging er in seinen Essays während dieses Krieges apodiktisch vom Ende des traditionellen Wechselverhältnisses zwischen Krieg und Medien aus. Vollmundig sprach Virilio damals vom »nodalen Krieg«, vom ersten reinen Medienkrieg usw. Still musste eine solche technikdeterministische Position à la Virilio dann aber später bei den darauffolgenden »normalen« wie auch bei den

Abbildung 10.2 Die Privatisierung des Krieges



Quelle: eigene Darstellung

Söldner- und Guerillakriegen in Ruanda, Bosnien und dem Kosovo werden. Im Ruandakrieg spielte die uralte Technologie der Radios eine herausragende Rolle und statt dass es abgefeimte Manipulationsstrategien gegeben hätte, wurde in diesen Radios ganz einfach Hass gepredigt. Und im Kosovokrieg täuschte die serbische Armee die US-amerikanische Luftwaffe erfolgreich mit Panzerattrappen aus Pappe in Camouflage-Bemalung, mit der Folge, dass die US-amerikanische Hightech-Luftwaffe während des ganzen Kosovokrieges von den vielen hundert serbischen Panzern nur vierzehn Stück zerstören konnte. Auch im Irakkrieg ging es um das parallele Mit- und Nebeneinander von Mann-zu-Mann-Kampf in verwinkelten Hinterhofgassen in Falludscha und Satellitentechnologie und kombiniertem Großeinsatz von Hollywood und Pentagon. Militärstrategisch heißt dies im Übrigen, dass die im Jahr 2000 veröffentlichte Militärdoktrin der USA *Joint Vision 2020* mit ihrer Fokussierung auf einen Einsatz von Informationstechnologien genauso gültig ist wie die zwei Jahre später veröffentlichte *Doctrine for Joint Urban Operations.* Der Guerillakrieg in Hochhaus-Schluchten[3] wird genauso zum typischen Krieg des 21. Jahrhunderts wie ein elektronischer Krieg.

Tabelle 10.1 Alte und neue Medienstrategien in Kriegszeiten

Frühere Kriege	Gegenwärtige Kriege
1. Journalismus	1. Public Relations
2. räsonierende Öffentlichkeit	2. Öffentlichkeit als bezahlte und bezahlbare Ware
3. unterschiedliche mediale Inhalte	3. homogenisierte mediale Inhalte (relativ unabhängig vom Medium und relativ unabhängig vom Land) im Medienmix
4. Inhalte unterschiedlicher Akteure	4. Inhalte nur weniger und zentral gesteuerter Akteure (Nachrichtenagenturen, *CNN,* Pentagon, NATO)
5. viele Bilder	5. sich wiederholende Bilder mit ikonischem Charakter
6. mal mehr, mal weniger Textinformationen	6. Overkill an stets gleichartigen und sich dauernd wiederholenden Textinformationen
7. kleine Ausdifferenzierung in Mainstream- und Alternativmedien	7. Wachstum von kleinen und billigen Nischen-, Ausweich- und Ersatzmedien (Comics, Tagebücher, Telefonketten, E-Mails, Mailing-Listen, Chat Rooms) als Reaktion auf den teuren, zentralistischen und systematischen Infowar
8. Kritische Medienkritik verunsichert die militärische Teilöffentlichkeit (Exklusion)	8. Kalkulierte Medienkritik ist Teil der Kriegsführung (Inklusion)

Quelle: eigene Darstellung

Mit den modernen Pionieren der Fortschrittskritik wie Max Weber, Ferdinand Tönnies, Sigmund Freud, Theodor W. Adorno, Max Horkheimer, Herbert Marcuse, Günther Anders oder Hans Peter Duerr lassen sich Moderne und Spätmoderne zutreffend durch den Gedanken zu charakterisieren, dass es eine »Ungleichzeitigkeit des Gleichzeitigen«[4] gibt, eine »strukturelle Heterogenität«, und dass sich diese auf einer Zeitachse der Geschichte stetig, aber immer schneller und umfassender dynamisiert. Globalisierung ist dann eine Phase dieser Entwicklung, die besonders dynamisch ist. Widersprüchlichkeiten und heteronome Entwicklungen sind jetzt besonders deutlich sichtbar.

Argumentiert man freilich eindimensional und evolutionär, dann erhält man eine recht simple Parallelität von Kriegs- und Medientechnologien, von Struktur und Inhalt, wie in Tabelle 10.2 dargestellt. Diese Darstellung zeigt folgende Charakteristika.

1) In Überwindung einer reduktionistischen, weil rein contentistischen Feindbild- und Imageforschung des (auch kritischen) Mainstreams wird eine Kongruenz von Inhalt und Technik/Struktur postuliert. Wie vermittelt sich welcher kriegsrelevante Medieninhalt mit welcher kriegsrelevanten Medientechnik?

Tabelle 10.2 Krieg und Medien – Struktur und Inhalt in Epochen

Epoche	Krieg	Beispiele			Medien
Vormoderne	Obstruktionskrieg (Taktik)	Chronik	Kreuzzüge	Chronist	Wort
Moderne	Destruktionskrieg (Strategie)	Zensur	Vietnamkrieg	TV	Bild & Ton
Spätmoderne	Kommunikationskrieg (Logistik)	Informationsmanagement	Zweiter Golfkrieg, Balkankriege	Medien und IKTs	Medienmix, Teleaktion

Quelle: eigene Darstellung

2) Diese Tabelle unterstellt außerdem, dass es überhaupt so etwas wie geschichtliche Entwicklung gibt. Das ist vielleicht insofern wichtig, als es eine Reihe von Geisteswissenschaftlern gibt, die argumentieren, es hätte sich im Wechselverhältnis von Krieg und Medien seit der Antike nichts geändert, damals wie heute ginge es doch nur um Zensur und Lügen und daran könne man auch nichts ändern, zumal ein Sicherheits- und Geheimhaltungsinteresse von Staaten in Kriegszeiten verständlich sei.
3) Ferner unterstellt diese Tabelle, dass es genügend empirisch gesättigte Detailanalysen über das Wechselverhältnis von Krieg und Medien in früheren Kriegen gibt, die dann zu den Verallgemeinerungen, wie sie in dieser Tabelle festgehalten sind, führen können. Historische Materialien, Texte, Primär- und Sekundärdokumente (ganz zu schweigen von Bildern, deren Funktion nur sehr unzureichend aufgearbeitet wurde[5]) und die politischen Interessen der handelnden Akteure waren und sind jedoch derartig disparat und dynamisch-wechselnd, dass der Systematik in Tabelle 10.2 eigentlich nur heuristischer Wert zugestanden werden kann.

Argumentiert man aber eben nicht evolutionär, sondern multipolar, dialektisch und entlang einer Argumentation der sich dynamisierenden strukturellen Heterogenität, dann kommt man in grafische Darstellungsschwierigkeiten – diese einfache Matrix müsste dann eigentlich in eine sich um sich selbst drehende und immer schneller werdende Spirale verwandelt werden.

10.3 Die Militarisierung von Kommunikation

Es ist mehr als bezeichnend, dass auf dem World Summit on the Information Society (WSIS) der UN bei der Internationalen Fernmeldeunion (ITU) Ende 2004 ein Thema ausgespart wurde, das eigentlich das Kernstück jeder Diskussion über internationale Medienpolitik bilden müsste, nämlich die Militarisierung von Kommunikation. Diese Thematik ist deswegen nicht ein Teil-, sondern der allerwichtigste Aspekt internationaler Medienpolitik, weil es das Militär und nicht der zivile Sektor ist, das den bei Weitem größten Anteil von Medienressourcen für sich und seine Bedürfnisse in Beschlag nimmt. Die militärische Dominanz wird dann besonders auffällig, wenn man an die Aufteilung des elektromagnetischen Spektrums denkt und an die von Funkfrequenzen für Satelliten. In diesen beiden Bereichen – den Herz- und Filetstücken jeglichen (!) kapitalistischen Wirtschaftens, seit Funkwellen nutzbar gemacht werden können – dominieren eindeutig militärische Akteure und militärische Nutzungen die zivilen Akteure und deren Nutzungen. Wird der Anteil von militärischen zu zivilen Satelliten auf ein Verhältnis von zwei Dritteln zu einem Drittel geschätzt, so ist das Verhältnis von militärischer zu ziviler Nutzung des gesamten elektromagnetischen Spektrums en détail unbekannt. Beim NATO-Beitritt Bulgariens 2004 wurde das Verhältnis von ziviler zu militärischer Nutzung bei Radiofrequenzen durch Zufall der Öffentlichkeit bekannt. Betrug in Bulgarien (das übrigens schon zu RGW-Zeiten gute Leistungen im Bereich von Telekommunikation und IT-Technologien vorzuweisen hatte) dieses Verhältnis früher 32 Prozent (militärische Nutzung) zu 68 Prozent (zivile Nutzung), so verlangte die NATO 2001 in den Beitrittsverhandlungen von Bulgarien mit Erfolg eine Erhöhung des Militäranteils bei den Radiofrequenzen auf 51 Prozent, d. h. einen Rückgang der zivilen Ressourcen auf 49 Prozent.

Meistens sind solche Frequenzaufteilungen jedoch genauso unbekannt wie die Höhe des Anteils des qualitativ wichtigen Hochfrequenz-Bereichs für die Nutzung militärischer Kommunikation. Studien über solche Aspekte sind meines Wissens nicht vorhanden. Und wissenschaftliche Analysen darüber können nicht angestellt werden, da sie angeblich die jeweilige nationale Sicherheit infrage stellen. Sicher ist freilich Folgendes: Diese so überaus dominante militärische Ressourcenbindung geschieht erstens auf Kosten des zivilen Sektors und sie entzieht zweitens der Dritten Welt dort dringend benötigte Funkfrequenzen (z. B. bei großen Flächenstaaten).

Vergleicht man außerdem die politische Kultur der 1970er Jahre mit der Diskussionskultur auf dem genannten World Summit on the Information Society (WSIS) der ITU Ende 2004, dann fällt eine starke Entpolitisierung von NGOs auf. Hatten NGOs im Rahmen der UNESCO-Debatten um eine Neue Internationale Informationsordnung (NIIO) Ende der 1970er Jahre solche Fragen nach einer Mi-

litarisierung von Kommunikation wenigstens noch thematisiert, so interessierten sich die NGOs auf dem Genfer Weltgipfel dreißig Jahre später für diese Thematik in keiner Weise mehr.

Militarisierung der Kommunikation meint nicht medial vermittelte Inhalte, also Feindbildproduktion oder Militarisierung von Sprache (wie sie von der Kommunikations- und Friedensforschung vorrangig analysiert werden), sondern vielmehr strukturelle Aspekte, meint also die militärische Kontrolle über Technikgenese, -nutzung, -verbreitung, -zugang und -besitz bei Massenmedien, Informationstechnologien und Telekommunikation. Und auch zu diesen Aspekten sind wissenschaftliche Arbeiten mehr als dünn gesät.

Eine Militarisierung von Kommunikation in dem hier genannten Sinne festzustellen und zu analysieren, ist manchmal einfacher als gedacht – nur im globalen Maßstab und systematisch hat bislang niemand diese Strukturen untersucht. Man denke hier beispielsweise an die TV-Technologie. Ist es bereits ein Indiz, dass im deutschen Faschismus die Verantwortung für die Entwicklung des modernen Mediums Fernsehen bis 1935 nicht im zivilen Propagandaministerium unter Leitung von Joseph Goebbels lag, sondern bei Hermann Göring, dem Oberbefehlshaber der Luftwaffe (vgl. Reiss 1979; Zeutschner 1995), so gilt es für die Gegenwart nüchtern festzuhalten, dass das Militär in vielen Ländern über einen eigenen großen Medienapparat verfügt, über den es sich an »sein Volk« richtet. So kontrollierte beispielsweise das griechische Militär das öffentliche nationale griechische TV-System von 1951 bis 1982 (vgl. Zacharopoulos 1993),[6] und nach dem Rundfunkgesetz von 1955 kontrollierte in Thailand das Verteidigungsministerium (Armee, Marine, Luftwaffe) 223 der insgesamt 524 Radiosender, also 42,55 Prozent. In Birma gab es seit 1995 bis vor Kurzem neben dem (konservativen) staatlichen TV-Kanal MRTV mit Myawady Television eine eigene (moderne) TV-Station der Militärs (vgl. Win 2001, S. 326 f.), und in der VR China stand mit Liu Chang Le von der Phoenix Satellite Television Holdings Ltd. (ein chinesischer Fernsehkonzern in Hongkong, an dem auch der Medienkonzern von Rupert Murdoch beteiligt ist) lange ein ehemaliger Oberst der chinesischen Volksbefreiungsarmee und Radio-Kriegskorrespondent als Vorstandsvorsitzender an der Spitze eines Fernsehsenders, dessen Publikum in die vielen Millionen geht und der zu den weltweit größten Fernsehsendern zählen dürfte.

Selbstverständlich lässt sich die Militarisierung der gegenwärtigen Informationsgesellschaft noch an weiteren Indikatoren festmachen, von denen hier nur zwei weitere wenigstens kurz erwähnt werden sollen.

Zum einen gilt es hier auf den steigenden Einfluss von PR-Agenturen bei der medialen Vermarktung von Kriegen im Auftrag von Regierungen aufmerksam zu machen (siehe dazu ausführlich die Kapitel 3 und 6).

Zum anderen gilt es auf die enormen Personalkapazitäten für Medienarbeit

in Verteidigungsministerien bzw. beim Militär selbst aufmerksam zu machen. So gibt es beispielsweise im deutschen Bundesministerium für Verteidigung und in der deutschen Bundeswehr insgesamt rund 2 000 hauptamtliche Vollzeitstellen für Medienarbeit im weitesten Sinne. Darunter zählen im Ministerium die vielen hundert Mitarbeiter für Öffentlichkeitsarbeit wie auch die in der Bundeswehr tätigen Mitarbeiter für eigene Medienprodukte und die Mitarbeiter des Bataillons für Operative Information in Mayen in der Eifel. Stellt man diesen rund 2 000 öffentlich bezahlten Medienarbeitern in Sachen Verteidigung und Krieg aus öffentlichen Geldern bezahlte Friedensjournalisten gegenüber, um auf eine staatlich gewollte Ungleichgewichtung aufmerksam zu machen, so kommt man auf ein Verhältnis von 2 000:0, da es keine Friedensjournalisten gibt. Ersatzweise sei hier der Vergleich mit Friedensforschern vorgenommen. Den rund 2 000 öffentlich bezahlten und hauptamtlichen Vollzeitstellen in Sachen Verteidigung und Krieg stehen in Deutschland geschätzt rund 60 aus öffentlichen Geldern bezahlte hauptamtliche Vollzeitstellen in der Friedensforschung gegenüber. Das heißt: Auf einen aus öffentlichen Mitteln bezahlten Friedensforscher kommen in Deutschland rund 35 mit öffentlichen Geldern bezahlte PR-Spezialisten für Verteidigungs-, Kriegs- und Rüstungsfragen.

10.4 Die Kontrollgesellschaft: IT und Kontrolle von oben und außen

Angesichts der technologischen Konvergenz von Informationstechnologien mit Telekommunikation und mit Television (vgl. Bartosch 1998; Fischbach 1998) greift Gilles Deleuzes Konzept von der Kontrollgesellschaft sowohl in militärischer als auch in ziviler Hinsicht auf doppelte Weise. Kontrolle von oben und von außen geschieht hierbei eher mittels IT-Technologien – Kontrolle von unten und von innen heraus geschieht eher mit massenmedialer Television.

Informationskontrolle durch Militärs und Nachrichtendienste ist zwar alles andere als ein neuartiges Phänomen, doch erlauben gegenwärtige IT-Technologien eine ungeheuerliche Qualitätssteigerung gerade in diesem Bereich. Paradigmatisch dafür steht das Projekt ECHELON vom Ende der 1990er Jahre. Hierbei handelt es sich um ein Überwachungs- und Kontrollsystem für das routinemäßige und weltweite Erfassen des Fax-, Telex-, E-Mail- und Telefonverkehrs durch die US-amerikanischen Geheimdienste. Bei dem Projekt ECHELON arbeiten die USA mit den Polizei- und Streitkräften anderer Länder zusammen. Was als ECHELON der Öffentlichkeit 2001 ansatzweise durch einen Bericht des Europäischen Parlaments bekannt wurde (Bericht 2001), ist freilich *peanuts* im Vergleich mit dem durch Edward Snowden bekannt gewordenen globalen Abhör- und Kontrollnetz

der National Security Agency (NSA), denn dieses Netz setzt weltweit jegliche Privatheit der Kommunikation außer Kraft und entzieht einer Rechtsstaatlichkeit weltweit den Boden (vgl. Greenwald 2014; Snowden 2014). Nur am Rande sei hier auf eine spannende These von Geheimdienstexperten verwiesen. Sie selbst seien es gewesen, die sich Kommunikation über ein Medium wie Internet gewünscht hätten. Denn das Internet sei die Systemantwort darauf, dass in der Grundlagenforschung von Spracherkennung mit keinerlei Fortschritt zu rechnen sei.[7] Da demgegenüber Texterkennung sehr einfach sei, sei das Internet das ideale Medium für Kontrollsysteme wie ECHELON oder die verschiedenen von Snowden beschriebenen Systeme.

Infolge der terroristischen Anschläge vom 11. September 2001 und bei proklamiertem Vorrang nationaler Sicherheitsinteressen vor Menschenrechten wurden und werden informationelle Rechte in vielen westlichen Industrieländern erheblich eingeschränkt, greifen zusätzliche staatliche Kontroll- und Repressionsmaßnahmen im gesamten Informationssektor. Freimut Duve, ehemaliger OSZE-Beauftragter für die Freiheit der Medien, kommentierte diese Situation mit folgenden Worten: »Kurz nach dem 11. September war es vorbei mit dem Rechtsstaat in den Vereinigten Staaten und Europa« (Ramonet 2001, S. 6). Einige Beispiele dafür finden sich schon oben in Kapitel 2.6; hinzuzufügen wären noch folgende Aspekte:

- Seit dem Patriot Act vom Herbst 2001 verlangen die USA von allen Flugpassagieren deren persönliche Reisedaten. Vor dem Hintergrund, dass die US-Fluglinie JetBlue Airways Personendaten von rund 5 Millionen ihrer Flugpassagiere sogar an das Pentagon weitergegeben hat, stimmte die Europäische Kommission in Brüssel diesem US-amerikanischen Verlangen zu, während sich das EU-Parlament (in seiner konstitutionellen Irrelevanz), gespielt empört, dagegen aussprach.
- Der Kampf um die Vorratsdatenspeicherung in Deutschland mitsamt dem Verbot dieser Speicherung durch das Bundesverfassungsgericht von 2010 deutet auf die höchst komplexe und konfliktreiche gesamtgesellschaftlichen Dimension einer solchen Regelung hin.

Was sich seit dem 11. September 2001 als informationelle Repression durch den Staat zeigt, ist aber nur ein Katalysator von Tendenzen, die es auch ohne dieses Ereignis gibt. Auch dazu einige Beispiele:

- Videokameras überwachen in den nördlichen Industrieländern in stark anwachsendem Ausmaß immer mehr öffentliche Plätze und Räume. Ende der 1990er Jahre dürfte Großbritannien führend in der Videoüberwachung von

Städten gewesen sein; bereits 500 Kommunen verfügten über eine flächendeckende Straßenüberwachung.[8]

- Vor wenigen Jahren begannen in Deutschland mehrere Firmen mit dem Fotografieren sämtlicher Häuser in ausgesuchten Kommunen und der Speicherung aller Aufnahmen in dreidimensionalen elektronischen Datenbanken.
- Das in Deutschland eingeführte satellitengestützte Mautsystem auf Autobahnen wird nicht nur bei Lkws, sondern auch bei Pkws zu einem System totaler Mobilitätskontrolle führen.
- Hochauflösende Kameras an Bord von Überwachungssatelliten erreichen inzwischen ein Auflösungsvermögen von 1m zu 1m, d. h., die im Weltraum positionierte Kamera kann einen Punkt auf der Erde dann erkennen, wenn er vom nächsten Punkt nur einen Meter entfernt ist. Der nachbarliche Garten oder Verkehrsstaus können aus dem Weltraum genauso beobachtet werden wie politische Demonstrationen oder ein Mann-zu-Mann-Gefecht in der Wüste in einem nächsten Golfkrieg. Der Einsatz von hochauflösenden Kameras an Bord von Überwachungssatelliten erfuhr seine drastische Zunahme nach einem Erlass des US-amerikanischen Präsidenten, der 1994 das Satellitenprivileg des US-Militärs aufhob. Inzwischen gibt es vier privatwirtschaftlich arbeitende Satellitenbetreiber, die Firmen Space Imaging, Earthwatch und Orbimage in den USA und Spot Image in Frankreich, die an jeden zahlungsfähigen Kunden Bilder von jedem wünschbaren Punkt der Erde liefern können. Schon bald werden vermutlich zwanzig solcher Firmen arbeiten; der Umsatz pro Firma wird von einigen Experten auf jährlich drei Milliarden Euro prognostiziert. Die Freigabe dieser Technologien an kommerzielle Kräfte ergibt aber nur dann einen Sinn, wenn man dem militärischen Sektor unterstellt, dass seine eigenen hochauflösenden Kameras an Bord von militärischen Satelliten noch weitaus präziser arbeiten: Die Kameras der US-amerikanischen Militärsatelliten KH oder Big Bird sollen mit einer Auflösung von etwa zehn Zentimetern arbeiten können, sollen gar die Nase im Gesicht eines jeden Individuums erkennen können. Eine mehr als seltsame Volte in der Privatisierungspolitik der Raumfahrtindustrie schlug freilich die US-amerikanische Regierung im Afghanistankrieg im Herbst 2001. Kurz vor Kriegsbeginn bereute man auf einmal die 1994 eingeleitete Privatisierungspolitik und das Pentagon sicherte sich mit einem Betrag von 2 Millionen US-Dollar monatlich und auf unbegrenzte Zeit alle Rechte an den Bildern, die der weltbeste kommerzielle Ikonos-Satellit der Firma Space Imaging aufnimmt, sozusagen ein exklusives und ewiges Bildmonopol vorbei an allen Marktgesetzen und an allen Vorstellungen über Medienpluralismus.

10.5 Die Kontrollgesellschaft: Television und Kontrolle von unten und innen

Kontrolle durch IT-Technologien und vor allem durch Television findet jenseits der Herrschaft durch Regierung oder Privatwirtschaft vor allem im Alltag der Menschen statt. In den Industrieländern heißt Sozialisation zu Anfang des 21. Jahrhunderts vor allem Mediensozialisation. Als Sozialisationsagenturen tragen Massenmedien ganz wesentlich dazu bei, dass die Gesellschaftsmitglieder in ihren gesellschaftlichen Lernprozessen vielfältige soziale Normen und Rollenerwartungen erfüllen können. Integration ist ein von Sozialisation kaum zu trennender Begriff. Massenmedien sind die wichtigsten Agenturen für eine Integration von gesellschaftlicher Kommunikation. Dieser Aspekt gilt vor allem auch für viele junge Nationalstaaten, die ihre Unabhängigkeit erst seit den 1960er Jahren erlangten.

Sozialkontrolle durch Television erweist sich als in mehrfacher Hinsicht bedenklich. Zum einen fördert eine Sozialisationsverschiebung von primären zu sekundären – und das heißt medialen – Erfahrungen eine Zunahme von Entfremdung, zum anderen erweisen sich die Medienangebote inhaltlich als ethisch fragwürdig und dysfunktional für demokratische Öffentlichkeiten. So arbeitete schon in den 1970er Jahren Luis Ramiro Beltrán, der »Vater« der lateinamerikanischen Kommunikationsforschung, heraus, dass die folgenden zwölf Elemente die grundlegenden Aspekte im TV-Angebot der meisten Länder sind: Individualismus, Elitismus, Rassismus, Materialismus, Abenteuertum, Konservatismus, Konformismus, Defätismus, Schicksalsgläubigkeit, Autoritätsfixierung, Romantizismus und Aggressivität (vgl. Beltrán 1980). Die starke Zunahme von TV-Kanälen durch Kabel- und Satelliten-TV seit Anfang der 1980er Jahre hat außerdem zu einer Verstärkung gerade dieser zwölf basalen Aspekte geführt, nicht zu einer Pluralisierung von Meinungen. Es ist eine ernüchternde Erfahrung, dass die Vermehrung der TV-Kanäle nicht zu einer inhaltlichen Bereicherung, wohl aber zu einer Vervielfältigung des Immergleichen geführt hat. Welche gesellschaftliche Funktion Television zukommt, hat Noam Chomsky mit dem Titel seines Filmes und Buches *Die Konsensfabrik* oder dem Begriff *consent without consent,* den er von dem englischen Soziologen Anthony Giddens übernimmt, sprachlich griffig und zutreffend erfasst.[9]

Informationskontrolle ist gerade dort besonders schwierig festzumachen, wo sie scheinbar mit Zustimmung der Kontrollierten stattfindet. Aber genau hier greift die Idee der Kontrollgesellschaft von Gilles Deleuze: Die Kontrollierten fühlen sich in der Kontrolle wohl, sie mögen und internalisieren sie. Im Bereich der Television lässt sich diese verinnerlichte Kontrolle gut an der 1999 in den Niederlanden gestarteten Serie *Big Brother* verdeutlichen. Bei dieser Serie registrieren 24 Kameras 24 Stunden am Tag das Leben von sogenannten Freiwilligen in einer

geschlossenen Wohnung. In regelmäßigen Abständen zwingt das zuschauende TV-Publikum per telefonischer Abstimmung und Internet einen der mitspielenden Kandidaten zum Auszug aus der Wohnung, zur Beendigung des Spiels. Kontrollieren die TV-Zuschauer das Spiel? Was ist der Unterschied zwischen Spielern und Zuschauern? Wer von beiden ist zynischer?

Erwies sich bis in die 1980er Jahre eine Sozialkontrolle durch Massenmedien als Resultat, Auswirkung und Funktion gewollten politischen Handelns durch Staat und Regierung, so bereitete die Deregulierung der Massenmedien unter dem Vorzeichen des Neoliberalismus diesem Charakteristikum ein Ende. Die Politik der Deregulierung war und ist eine Selbstenthauptung der Politik und eine Übergabe der Massenmedien in die Kontrolle ausschließlich des Marktes.

10.6 Entgrenzte Information

Der Vorstellung einer räumlich und zeitlich entgrenzten Kommunikation wohnt keinerlei humanitäres Potenzial inne, vielmehr äußern sich in einer solchen Vision die »soften« Herrschafts- und Aneignungswünsche einer Kontrollgesellschaft. Setzte die alte Disziplinargesellschaft auf den brachialen Krieg, so baut die neue Kontrollgesellschaft auf die weiche Information. Dem Wunsch nach einer Entgrenzung des Informationsfaktors liegen Machbarkeitswahn und Allmachtsfantasien zugrunde; diese Entgrenzung ist eine Transformation von humaner Kommunikation in verdinglichte Information. Wo eine die »ganze Welt umfassende Brüderlichkeit« sich nur über einen Markt von verkaufbaren Informationen realisiert (eventuell auch nur über das Medium Markt realisiert werden kann), da ist bereits die Vision von Brüderlichkeit nur noch Ideologie. Nach Karl Marx wird jener Zustand als Entfremdung bezeichnet, »in dem die eigene Tat des Menschen ihm zu einer fremden, gegenüberstehenden Macht wird, die ihn unterjocht, statt daß er sie beherrscht« (Marx 1971, S. 361). Es sind aber genau diese Entfernungen von sich selbst, die aus den gegenwärtigen Ungleichheiten und Unverfrorenheiten des globalisierten Informationsmarktes[10] erwachsen.

Gerade die sozialwissenschaftlichen und politischen Debatten um die gesellschaftliche Relevanz von Kultur und Medien der letzten Dekaden haben den Gedanken einer »soften« – aber eben doch einer – Herrschaft für Politikstrategien verdeutlicht. Zeichnete sich die alte Disziplinargesellschaft durch Exklusion aus und konnte sich in ihr und gegen sie gerade im Bereich von Kultur und Medien Widerstand gegen zentrale Herrschaftsinstitutionen herausbilden – wobei freilich gerade alle Widerstands- und Alternativkultur permanent Gefahr lief, in die allgemeine Systemherrschaft integriert und pazifiziert zu werden (und genau das ist die nach wie vor zentrale und zutreffende Aussage von Johannes Agnoli im Klas-

siker *Die Transformation der Demokratie;* vgl. Agnoli und Brückner 1968) –, so inkludiert die gegenwärtige Kontrollgesellschaft Kultur und Medien ganz ohne Widerstand, und sie tut es eben sanft. Paradigmatisch (freilich völlig naiv und affirmativ) bestätigte diese theoretischen Erkenntnisse Richard Kühnel, Kabinettsmitglied der damaligen österreichischen EU-Kommissarin Benita Ferrero-Waldner für Außenbeziehungen und Europäische Nachbarschaftspolitik, in seinem Vortrag *Kultur als Komponente der Außenpolitik von Europa?* auf der Konferenz kultur.macht.europa im Juni 2007 in Berlin.

Nicht nur finden sich in diesem Vortrag typisch inklusive Begriffe wie Vermischung, Einheit in Vielfalt, gemeinsame Werte und Vorstellungen, Partnerschaft, gemeinsames Erbe, kulturelle Verbindungen, Dialog usw. in inflationärem Ausmaß (womit sprachlich nicht mehr und nicht weniger als die herrschende Inklusionsideologie demonstriert wird), vielmehr argumentiert sein Autor soziologisch: »Mittels der Kultur-Schiene wollen wir nachhaltig und wirksam unsere europäischen Werte und Interessen transportieren. […] Wir verfolgen dabei einen sanften, aber nachhaltigen Weg der Überzeugung. Damit sei nicht gesagt, dass die EU nicht auch an der Stärkung ihrer ›hard power‹ weiterarbeiten soll, aber wir sollen unsere ›soft power‹ nicht geringschätzen. ›Soft‹ heisst nicht schwach, und die ›power‹ ist nicht geringer – im Gegenteil« (Kühnel 2007, S. 1 f).

Die unterschiedlichen Bestrebungen, Kommunikation in eine Handelsware umzuwandeln,[11] sei es bei den GATS-Verhandlungen, sei es beim Wettbewerbskommissariat der EU-Kommission oder sei es bei den ACTA-, TTIP- und TISA-Verhandlungen (vgl. Fritz 2014), sie alle sind der letzte folgerichtige Schritt einer ökonomischen Entwicklung, die sich unter den gegebenen politischen Voraussetzungen qualitativ kaum aufhalten lassen wird. Und die dagegen anlaufenden Bemühungen liberaler Intellektueller, den Kulturbegriff als autonome Größe aus der Umklammerung und Erstickung durch die Ökonomie noch retten zu wollen, sei es über die UNESCO-Konvention zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen von 2005 oder in Diskussionen über die kulturelle Freiheit in unserer Welt der Vielfalt wie etwa im Human-Development-Report 2004, sind wahrscheinlich zum Scheitern verurteilt. Bestenfalls handelt es sich bei diesen Bemühungen um subjektiv gut gemeinte Initiativen – realistischerweise jedoch um Sonntagsrhetorik und damit um Ideologieproduktion.

Im globalen Neoliberalismus produziert der Informationsmarkt eine Unheilsstatistik nach der anderen, und zwangsläufig und systembedingt werden die Informationsreichen immer reicher und die Informationsarmen immer ärmer. Und solche Systemzwänge können nicht einfach voluntaristisch aufgehoben werden, schon gar nicht durch die seit Langem strukturell deformierte sogenannte Entwicklungshilfe. Der Informationsmarkt – das Goldene Kalb der sogenannten Wissensgesellschaft – ist zu einer Art göttlichen Schicksalsinstanz geworden, die dar-

über urteilt, ob jemand ein gottgefälliges Leben führt. Ist man an diesem Markt erfolgreich, verfügt man über Informationen in Hülle und Fülle – ist man es nicht, verstößt er einen in die finsterste Hölle der Informationslosigkeit, in die Peripherie, an den Rand, in die Reihen der Minderheit.

Die hier vorgetragene Analyse steht zwar quer zur gegenwärtig dominierenden technikdeterministischen Euphorie all derjenigen, die im Internet das Potenzial für eine weltweite Realisierung einer interaktiven Kommunikationsdemokratie erkennen, kann sich historisch aber auf durchaus bemerkenswerte Vorläufer berufen. Alle wichtigen Wissenschaftler des damals noch jungen Fachgebietes Medien und Kommunikation, sei es Karl Bücher, Otto Groth, Walter Lippmann oder Max Weber, einte die gut begründete Sorge, die ökonomische Eigennutzorientierung der Medien könne deren publizistische Öffentlichkeitsorientierung zerstören.

10.7 Gedanken zu einer Medienkultur des Friedens

Was bleibt nach einem solchen analytisch radikalen Rundumschlag? Was folgt aus einer derartigen Analyse? Welche Handlungsmöglichkeiten gibt es? Dazu einige abschließende Bemerkungen.

Erstens: Wohlweislich wurde zwischen den Begriffen Kommunikation und Information unterschieden (vgl. Becker 2002). Aus vielerlei Gründen, die hier nicht en détail entfaltet werden können, entzieht sich Kommunikation einer totalen Verformung in marktfähige Ware. Während gegenwärtig Information endgültig zu einer stapel- und marktfähigen Ware verwandelt wird, bleibt Kommunikation von diesem Transformationsprozess zum Teil ausgenommen. Menschen kommunizieren auch außerhalb des Marktes. Sie können sich deswegen nach wie vor verweigern oder Widerstand leisten. Sie können sich aus guten Gründen den von oben verordneten Medien- und Politikmustern entziehen (und genau das tun sie in Westeuropa seit Langem) oder sie können sich aktiv in den Widerstand begeben (und genau das tun sie auch – im Süden mehr als im Norden).

Zweitens: Wo sich die Friedensforschung in einem falschen, d. h. ideologischen Praxisverständnis von ihrer ursprünglich kritischen Herkunft entfernt hat, wo sie also nicht mehr Innovator, Stachel, Kritiker und unbequemer Rufer in der Wüste ist, sondern sich stattdessen, unter der Hand und schleichend, in eine etatistische Verwaltungswissenschaft zur Herrschaftsstabilisierung verwandelt hat, da bleibt auch deren Forderung nach einer veränderten Medienkultur des Friedens äußerlich.

Wie in Kapitel 18 en détail nachzulesen, kann und muss man Forderungen an eine veränderte Medienkultur des Friedens erarbeiten. Zu einer solchen gehören folgende Charakteristika:

- vermehrte Veröffentlichung von Informationen, die eine friedliche Konfliktlösung ermöglichen,
- Abbau von den Gegner verteufelnden Vorurteilen,
- Sensibilisierung für versteckte Fehlwahrnehmungen gerade bei kontroversen Themen,
- Neudefinition der Massenmedien als eine Art soziales Frühwarnsystem für potenzielle Gefahrenherde,
- Einbezug des Gegners in friedliche Konfliktlösungsvorschläge,
- verstärkte und positive Berichterstattung über Friedensmacher,
- Herstellung eines öffentlichen Klimas im Geist der Versöhnung,
- Schaffung von Dialog und Kommunikationsmöglichkeiten für die Friedensmacher der gegnerischen Seite (Mowlana 1986, S. 220).

Solche Forderungen sind nicht falsch. Realisieren lassen sie sich freilich nur dann, wenn sie in solche Medienpolitikstrategien eingebunden werden, die die Medien von ihrer gegenwärtigen privatwirtschaftlichen Verfasstheit in öffentliche Güter zurückführen. Unterbleibt das jedoch, dann gleichen solche Forderungen dem berühmten Glasperlenspiel. Denn bei einer Zustimmung zu einer Globalisierung, Privatisierung und totalen Entgrenzung medialer Informationsströme entsteht das Paradoxon, dass Massenmedien sowohl Spielball als auch heimlicher Komplize von Terrorismus und PR-manipulierter und bezahlter Kriegsberichterstattung sind und bleiben werden.

Und genau deswegen trägt dieses Kapitel den Titel *Die Informationsrevolution frisst ihre eigenen Kinder,* eine bewusste Paraphrase des Titels von Wolfgang Leonhards Klassiker *Die Revolution entlässt ihre Kinder* (1955). Die Wörter *ihre eigenen Kinder* stehen dann für das von allen historischen *Informationsrevolutionen* stets angestrebte Ziel nach einem Mehr an Aufklärung. Alle vier (von Informatikern gern so bezeichneten) kognitiven Revolutionen der Menschheit (Sprache, Schrift, Druck, Computer) waren zwar mit dem Versprechen angetreten, dem Menschen nun endlich mehr und bessere Informationen anbieten zu können, konnten aber diesem Anspruch immer weniger gerecht werden. Informationsverschmutzung und nicht etwa Aufklärung wurde zum Normalzustand in der sogenannten Informationsgesellschaft der Gegenwart.

Drittens: Angesichts des kläglichen Versagenmüssens der Mainstream-Medien bei einer Schaffung von Friedenskultur kommt von deren Protagonisten der Ruf nach

Alternativmedien wie ein inhaltsleeres Kompensationsritual der eigenen gesellschaftlichen Ohnmacht nur allzu schnell daher. Dieser Ruf übersieht, dass Alternativmedien längst die soziale Funktion schumpeterscher Innovationszyklen in einem das System stabilisierenden sozialen Diffusionsprozess à la Everett Rogers erfüllen und sich im Laufe der Zeit überflüssig machen (vgl. Oy 2001) und außerdem den etablierten Medien gegenüber in ihren Verarbeitungs- und Wahrnehmungsmustern von Krieg, Frieden und internationalen Beziehungen eher ähnlich als different sind (vgl. Becker et al. 2004). Der Ruf nach Alternativmedien ist nicht falsch, und empirisch lässt sich inzwischen sogar gut demonstrieren, dass im Kosovokrieg das Internet ein qualitativ hochwertiges und wertvolles Gegenmedium zur *Süddeutschen Zeitung* und zur *New York Times* war (vgl. Krempl 2004), doch wäre dialogisch, erneut, kontinuierlich und nur im Kontext sozialer Bewegungen nach solchen alternativen Medienstrategien zu suchen, die sich subversiv einer schleichenden Transformation in Kontrolle und Herrschaft am ehesten verweigern.

Viertens: Dass Kommunikation verbinde und dass die zunehmende Kenntnis des einen über den anderen mittels medialer Botschaften dem Frieden dienlich sei – diese beiden Hypothesen gehören zu den oft völlig unbefragten Annahmen im disziplinären Selbstverständnis sowohl der Kommunikationswissenschaft als auch der Friedensforschung. Längst gibt es empirische Arbeiten, die den Verdacht stärken, dass mediale Kontakte zwischen bis dahin nicht miteinander in Kontakt stehenden Akteuren Vorurteile über den anderen nicht abbauen, sondern diese im Gegenteil verhärten und verstetigen.[12] Längst auch, so steht zu vermuten, sind die gesellschaftlichen Bedingungen der Globalisierung derart, dass ein Zuviel an internationalen Informationsflüssen eher kriegsfördernd als kriegsmindernd wirkt. Im Interesse einer Kultur des Friedens brauchen wir nicht mehr, sondern im Gegenteil wahrscheinlich weniger Informationen.

III. Moderne Medienkriege

Einleitung

Wer meint, eine Moderne sei mit Hightech gleichzusetzen, kommt beim Thema Krieg und Medien nicht umhin, über Cyberkrieg und kriegerische Teleaktionen zu reden. Dieser Gedanke ist sicherlich richtig und die dazugehörige Fachliteratur ist vorhanden, einfach recherchierbar und sie wendet sich zur Zeit dem Konzept einer automatisierten Kriegsführung ganz ohne irgendwelche Menschen zu (vgl. Schörnig 2014). Genauso richtig ist ein zweiter Gedanke, nämlich der, dass mit der Rückkehr asymmetrischer Kriege auch eine Rückkehr zu Guerilla-Krieg und kleinen, höchst beweglichen Kampfeinheiten stattgefunden hat, in der der lange tot geglaubte Zweikampf zwischen zwei Männern seine Renaissance erfährt. Und dieser »unmoderne«, doch höchst gegenwärtige Krieg favorisiert eine Rückkehr zu historisch überholt geglaubten Formen der Kriegspropaganda: plumpe Verteufelung des Feindes und Bilderfälschungen mit Schere und Klebstift feiern ihre Rückkehr.

Ein dritter Gedanke zu modernen Medienkriege ist der, dass Kriegspropaganda die klassischen Medien Presse und Fernsehen verlässt und sich totalitär und überallhin ausbreitet, in die Alltagskultur, die Welt des Pop, in Filme und Spiele, in eine immens große und erfolgreiche Videospiele-Industrie, in spezielle Horrorfilme und Science-Fiction-Romane, in Musik und Werbung oder in Zeitschriften für Jugendliche. Da fährt die kommerziell sehr erfolgreiche Schlagerrockband *Tote Hosen* auf deutsche Staatskosten (!) zu Konzerten nach Taschkent und Almaty (vgl. Seliger 2014, S. 318), also in das Zentralgebiet des kriegerischen *great game* (so der englische Kolonialoffizier Arthur Connolly) nicht nur um die Vorherrschaft in Afghanistan, sondern um die in ganz Zentralasien; da vertreibt das zweitgrößte Buchhandelsunternehmen Deutschlands, nämlich das bis vor Kurzem der katholischen Kirche gehörende Unternehmen *Weltbild,* seit vielen Jahren zahlreiche islamophobe Frauenromane. Und in der Totalität moderner Medienkriege bleiben auch NGOs nicht ungeschoren, *willingly/unwillingly* erfahren sie durch Regierun-

gen und Militärs eine tödliche Umarmung, aus der sie um den Preis des eigenen Überlebens nicht mehr herauskommen.

Und eingebunden in diese moderne Totalität einer gewaltverherrlichenden, militaristischen und martialischen Medienalltagswelt, die bunt, flexibel, abwechslungsreich und scheinbar offen daherkommt, wird sehr altmodisch Sprengstoff eingesetzt, um Beton und Steine zu zerstören. TV-Türme, diese Symbole der modernen Unterhaltungswelt (Ericson und Riegert 2010), werden ungeachtet irgendwelcher rechtlicher Bedenken einfach kaputt gebombt. Steinzeitkrieg.

Angriffe auf Mediengebäude als Kriegsverbrechen

11

11.1 Einleitung

Bibliotheken, Medien-, Post- und Telekommunikationsgebäude spielten und spielen bei sozialen Unruhen, Revolutionen, Bürgerkriegen und Kriegen schon immer eine entscheidende Rolle. Zu erinnern ist an den blutigen Osteraufstand irischer Unabhängigkeitskämpfer im Hauptpostamt in Dublin 1916, an den Kampf um das Telefonamt in Petrograd während der russischen Revolution am 11. November 1917, an den Beginn des Zweiten Weltkriegs mit einem Angriff deutscher Truppen auf den polnischen Radiosender Gleiwitz am 31. August 1939 als Teil eines vorgetäuschten gegnerischen Überfalls und an die Gefechte im polnischen Postamt in der Nähe der Danziger Westerplatte am 1. September 1939.[1]

Militärs haben ganz offensichtlich recht gut die vitale Funktion von Infrastrukturen zur Informationsübertragung begriffen. In den Situationen, in denen latente in manifeste Gewalt umkippt, sind sie offensichtlich bestrebt, die eigenen Informationsinfrastrukturen zu retten und die ihrer Feinde zu zerstören. Ein weiteres Zerstörungsmotiv besteht darin, den Feind insofern zu entmutigen und zu demoralisieren, als solche Gebäude beim Feind manchmal einen sehr hohen symbolisch-kulturellen Wert einnehmen. Das gilt z. B. für die durch serbische Milizen 1992 zerstörte Nationalbibliothek von Bosnien und Herzegowina in Sarajevo, die im 19. Jahrhundert als stolzes Rathaus von Sarajevo erbaut und auf dessen Treppen am 28. Juni 1914 der österreichisch-ungarische Erzherzog und Thronfolger Franz Ferdinand erschossen wurde, oder für den 1999 zerstörten TV-Turm auf dem Berg Avala bei Belgrad, ein Berg, auf dem der berühmte jugoslawische Künstler Ivan Meštrović 1938 ein Mausoleum für den unbekannten Soldaten gebaut hatte und der für die Belgrader Bevölkerung eine fast mythische Bedeutung hat. Die hohe politische Symbolik eines Fernsehturms zeigte sich z. B. auch 1991 in Tallinn, als russische Truppen dieses höchste Gebäude Estlands besetzen wollten,

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_11,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

estnische Demonstranten aber genau das verhinderten, indem sie den Turm mit vielen Menschen umarmten.

Auch wenn die Zerstörung von Medien-, Post- und Telekommunikationsgebäuden eine lange kriegerische Tradition zu haben scheint, wird im Folgenden davon ausgegangen, dass solche Zerstörungen in heutigen Kriegen (Balkankriege, Golfkrieg, Afghanistankrieg, Irakkrieg, Gazakrieg usw.) systematischer und häufiger erfolgen.

Abbildung 11.1 listet 20 verschiedene kriegerische Zerstörungen von TV-Türmen, TV-Transmittern, TV-Studios und TV-Sendeanlagen, von Radiostudios und von Zeitungsgebäuden zwischen 1991 und 2009 auf. Diese Liste erfasst die bekanntesten Fälle, sie ist aber keinesfalls komplett. So verzeichnen beispielsweise die NATO-Tagesübersichten über den Bosnienkrieg 1992–95 und die verschiedenen Weißbücher der Jugoslawischen Regierung über den NATO-Krieg gegen Jugoslawien 1999 (vgl. z. B. Federal Republic of Yugoslavia 2000) noch weitaus mehr kriegerische Übergriffe auf Mediengebäude durch einerseits serbische Milizen und durch andererseits vor allem Bombenangriffe der NATO. Vorab lässt sich festhalten, dass die Anzahl der festgestellten kriegerischen Angriffe auf Mediengebäude wohl desto größer ist, je potenter die Kriegsmacht ist und je mehr sie über Infrastrukturen verfügt, solche Zerstörungen komplett zu erfassen und zu dokumentieren. Insofern erscheinen z. B. die Kriegsgegner einer starken NATO immer als aggressiver als beispielsweise die Kriegsgegner eines schwachen Akteurs wie Palästina. Konkret: Die Liste der von serbischen Truppen zerstörten Mediengebäude im Krieg um Bosnien-Herzegowina (1992–1995) ist nicht nur deswegen immens groß und detailliert, weil serbische intensiver als Truppen der NATO solche Gebäude zerstört haben, sondern auch deshalb, weil die NATO solche Zerstörungen der Serben besser dokumentieren konnte als die serbische Seite solche der NATO.

Diese Zerstörungen müssen vor dem Hintergrund von drei theoretischen Überlegungen gesehen werden.

1. Humanitäres Völkerrecht. Es ist das herausragende Verdienst des humanitären Völkerrechts (Kriegsvölkerrecht), das Führen eines Krieges zu zivilisieren. Die recht komplexen Bestimmungen sind in den Haager Abkommen von 1899 und 1907 und in den Genfer Konventionen von 1949 sowie den Genfer Zusatzprotokollen von 1977 detailliert festgehalten. Eines der wichtigsten Prinzipien des gesamten humanitären Völkerrechts ist die Unterscheidung von Kombattanten und Zivilisten. Die Situation von Zivilpersonen in Kriegszeiten regelt insbesondere Teil IV des Zusatzprotokolls I des Genfer Abkommens von 1977. Von weiterer Relevanz ist die Haager Konvention *Zum Schutz von Kulturgut bei bewaffneten Konflikten* von 1954. Sie stellt u. a. Gebäude, die dem Erhalt oder der Ausstellung kul-

Abbildung 11.1 Liste von Kommunikationsgebäuden, die in verschiedenen Kriegen (1991–2009) zerstört wurden

1) Januar 1991: Zerstörung des TV-Turms in Bagdad/Irak durch die britische Luftwaffe

2) 2. Mai 1992: Zerstörung des TV-Gebäudes in Sarajevo/Bosnien und Herzegowina durch serbische Milizen

3) 24. August 1992: Zerstörung des Zeitungsgebäudes der Zeitung *Oslobodjenje* in Sarajevo/Bosnien und Herzegowina durch serbische Milizen; Verwundung von fünf bosnischen Journalisten

4) Oktober 1997: Militärische Besetzung des TV-Senders in Pale/Bosnien und Herzegowina durch NATO-Truppen

5) 23. April 1999: Zerstörung des Hauptsitzes und der Studios der serbischen Radio- und TV-Gesellschaft in Belgrad/Serbien durch NATO-Flugzeuge; 18 Tote

6) 23. April 1999: Zerstörung eines TV-Transmitters in der Umgebung von Novi Sad/Serbien durch NATO-Flugzeuge

7) 29. April 1999: Zerstörung des TV-Turms auf dem Berg Avala bei Belgrad/Serbien durch einen Bombenangriff der NATO

8) 22. Mai 1999: Zerstörung eines TV-Turms in der Nähe von Iriški Venac/Serbien durch NATO-Flugzeuge

9) 7. und 8. Oktober 2001: Zerstörung von Radio *Sharia* in Kabul/Afghanistan durch die US-amerikanische Luftwaffe

10) 11. November 2001: Zerstörung des Büros des arabischen TV-Senders *Al Jazeera* in Kabul/Afghanistan durch die US-amerikanische Luftwaffe

11) 12. November 2001: kriegerische Zerstörung des Büros der *BBC* in Kabul/Afghanistan durch unbekannte Angreifer

12) 13. Dezember 2001: Zerstörung des palästinensischen Radiosenders *Voice of Palestina* in Ramallah/Palästina und dessen Antennenanlagen in Al-Bire/Palästina durch israelisches Militär

13) 19. Januar 2002: Sprengung des palästinensischen Radiosenders *Voice of Palestina* in Ramallah/Palästina durch israelische Soldaten

14) 8. April 2003: Bombardierung des *Al-Jazeera*-Büros in Bagdad/Irak durch die US-Luftwaffe; Tod des Korrespondenten Tariq Ayyoub und Verwundung seines Mitarbeiters Zuhair al Iraqi

15) 8. April 2003: Angriff der US-Armee auf den Medienstützpunkt Hotel Palestine in Bagdad/Irak; Tod des spanischen Kameramanns José Couso sowie des ukrainischen Reuters-Kameramanns Taras Protsyuk

16) 13. Juli 2006: Zerstörung des Gebäudes der Sendezentrale des arabischen TV-Senders *al-Manar* in Beirut/Libanon durch die israelische Luftwaffe

17) 28. Dezember 2008: Zerstörung des Studiogebäudes des TV-Senders von *al-Aqsa-TV* in Gaza-Stadt/Palästina durch die israelische Luftwaffe

18) 15. Januar 2009: Angriff auf das Medienzentrum *al-Shuruk* in Gaza-Stadt/Palästina durch die israelische Luftwaffe; verletzte Journalisten und Kameraleute

19) Oktober 2011: Zerstörung von drei TV-Übertragungsstationen in Tripolis/Libyen durch die Luftwaffe der NATO

20) Juli 2014: Bombardierung der Gebäude des Fernsehsenders *al-Aqsa-TV* und des Hörfunksenders *al-Aqsa-Radio* im Gazastreifen durch die israelische Luftwaffe

Quelle: eigene Recherchen

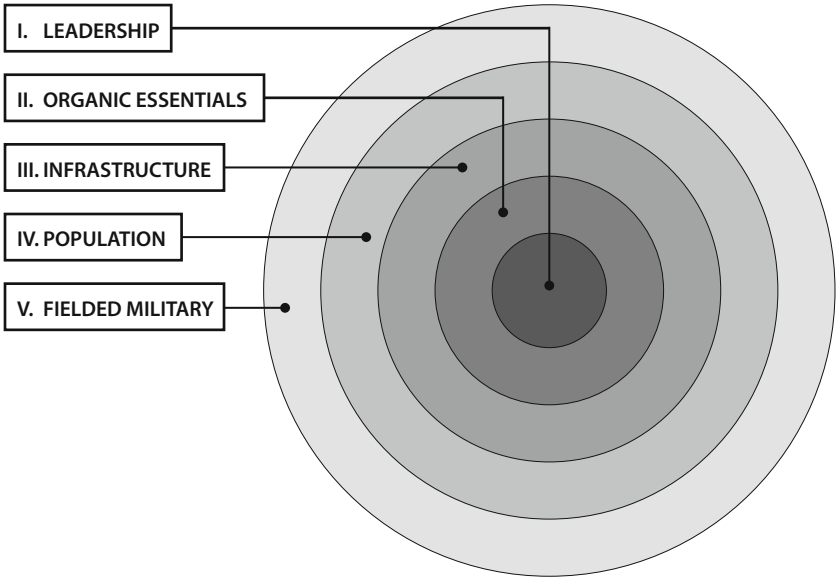
turell wichtiger Güter dienen (beispielsweise Bibliotheken oder Museen) unter einen besonderen Schutz.

Nun ist in der Kriegsgeschichte zwar seit Langem eine Diskrepanz zwischen realem Kriegsgeschehen und den Normen des humanitären Völkerrechts festzustellen, doch gilt es genau deswegen publizistisch und juristisch gegen diese Diskrepanz anzugehen und eventuelle Rechtsbrüche konkret, detailliert und präzise zu beschreiben und zu dokumentieren. Ob Staatenkrieg oder entstaatlichte Kriegsführung (die sogenannten neuen Kriege mit ihren Rechtsunsicherheiten): Alle Versorgungs- und Ermattungskriege, alle See-, Fern- und Hungerblockaden und alle Bombenkriege sind nach dem humanitären Völkerrecht insofern rechtswidrig, als sie bewusst eine Erosion der Trennung von Front und Heimat, also von Kombattanten und Nichtkombattanten, herbeiführen. Wo immer also im heutigen modernen Bombenkrieg bevorzugt Infrastrukturen zerstört werden – also Autobahnen, Häfen, Bahnhöfe, Energiewirtschaft und eben auch Bibliotheken, Medien-, Post- und Telekommunikationsgebäude –, da wird das Völkerrecht auf das Gröbste beschädigt und verletzt.

Mediengebäude dürfen im Krieg da zerstört und bombardiert werden, wo der Nachweis geführt werden kann, dass sie direkt militärisch genutzt wurden, wenn also beispielsweise ein TV-Turm zur Funkübertragung von militärischer Kommunikation genutzt wurde. Wie jedoch Amnesty International am Fall der Bombardierung des Hauptsitzes und der Studios der serbischen Radio- und TV-Gesellschaft in Belgrad/Serbien durch NATO-Flugzeuge im April 1999 detailliert nachgezeichnet hat, rechtfertigte die NATO diesen Angriff zuerst mit dem Argument, das serbische Fernsehen sei ein Propagandasender, um sich sodann mit dem zweiten Argument zu retten, die Sendeanlagen seien militärisch genutzt worden (vgl. Amnesty International 2000; Gidron und Cordone 2000; Simon 2001). Natürlich weiß auch die NATO, dass es keine völkerrechtlich einvernehmliche Definition von Propaganda gibt (im Übrigen auch keine sozialwissenschaftliche), sodass man durchaus nicht nur formulieren *kann,* sondern formulieren *muss,* dass es ein Recht auf Propaganda gibt (vgl. Dworkin 2005, S. 6).

2. Medienrecht. Zur Aufrechterhaltung der Meinungs- und Pressefreiheit stehen Journalisten in vielen demokratischen Gesellschaften unter einem besonderen, oft verfassungsrechtlich garantierten Schutz. Gegenüber anderen Berufen genießen sie genau deswegen eine Reihe von Sonderrechten. Auch menschenrechtlich ist der Beruf des Journalisten in indirekter Weise Ausdruck der in Art. 19 der Allgemeinen Erklärung der Menschenrechte und Art. 10 der Europäischen Menschenrechtskonvention verbrieften Meinungsäußerungs- und Meinungsfreiheit. Selbstverständlich schützen auch die Genfer Konventionen gerade die Tätigkeit von Journalisten im Krieg und im Übrigen unabhängig davon, ob sie ihren Beruf in

Abbildung 11.2 Zielprioritäten für den strategischen Luftkrieg



Quelle: Rose 2009, S. 39

Begleitung von Soldaten *(embedded journalism)* oder selbstständig ausüben. Die Art. 72–79 von Teil IV des Zusatzprotokolls I von 1977 der Genfer Konvention von 1949 schützen im Kriegsfall besonders Flüchtlinge, Staatenlose und Journalisten. Außerdem darf nach der Genfer Konvention ein Journalist im Krieg nicht als Spion behandelt und bei Verhören nicht zu Antworten gezwungen werden.

3. Militärstrategien. Wie Jürgen Rose (2009) in seinem Buch *Ernstfall Angriffskrieg. Frieden schaffen mit aller Gewalt?* ausführlich darlegt, haben die USA in den letzten Jahren ihre Kriegsstrategie in entscheidenden Punkten drastisch verändert. Im Mittelpunkt der Kriegsführung steht jetzt und zukünftig eine Luftkriegsdoktrin der U.S. Air Force nach einem Fünf-Ringe-Modell von John A. Warden III, Colonel der U.S. Air Force, die bereits in Jugoslawien 1999, in Afghanistan 2001/02 und gegen den Irak 2003 angewandt wurde. Nach diesem Modell gibt es für die US-amerikanische Luftwaffe fünf Zielprioritäten in einem strategischen Luftkrieg. Im Zentrum dieser Prioritäten befindet sich die politische und militärische Führungsspitze, es folgen in einem zweiten Ring die Schlüsselindustrien (Strom, Was-

ser, Petrochemie, Finanzindustrie), in einem dritten die Transport-Infrastruktur, in einem vierten die Zivilbevölkerung und erst im fünften Ring und an allerletzter Stelle das gegnerische Militär. Diese Kriegsführung hebt bewusst auf die Zerstörung der Lebensgrundlage eines ganzen Landes und aller seiner Menschen ab. Es ist der »totale Krieg«, der – da er bewusst die Grenze zwischen Kombattanten und Zivilisten aufhebt – das gesamte humanitäre Völkerrecht verletzt. Die militärische Zerstörung von Bibliotheken, Medien-, Post- und Telekommunikationsgebäuden folgt ganz offensichtlich der zweiten Zielpriorität des wardenschen Fünf-Ringe-Modells – in der sogenannten Informationsgesellschaft sind diese Gebäude und ihre Bewohner als Schlüsselindustrien zu definieren.

11.2 Angriffe auf *Al Jazeera*

Durch die Gründung des Satellitenfernsehsenders *Al Jazeera* wurde ein Wandel in der arabischen Medienlandschaft vollzogen. Die Medien wurden im Nahen und Mittleren Osten traditionellerweise als Propagandamittel benutzt. Doch mit Gründung von *Al Jazeera* durch den qatarischen Scheich Emir Scheich Hamad bin Khalifa al-Thani im November 1996 wurde von der bisherigen arabischen Medienpolitik Abstand genommen.

Emir al-Thanis Vision eines eigenen, neuen Fernsehsenders orientierte sich an *CNN,* sollte sich aber auf arabische Themen konzentrieren und für die arabische Welt eine unabhängige Stimme werden. Da Qatar zudem für die arabischen Region vergleichsweise liberale Mediengesetze hat, war die Voraussetzung für *Al Jazeera* recht günstig. Eine weitere Bedingung wirkte sich bei der Gründung von *Al Jazeera* günstig aus. Da die *BBC* im April 1996 gerade ihren *Arab World Service* aufgegeben hatte, konnte *Al Jazeera* viele nun dort arbeitslos gewordene Journalisten und Nachrichtenspezialisten für sich gewinnen. Weitere exzellente Mitarbeiter kamen von den kleiner werdenden Radiosendern *Voice of America* und *BBC Arabic Radio Services.* So konnte *Al Jazeera* mit einer Gruppe hoch qualifizierter und erfahrener Journalisten und Medienfachleute starten.

Von Anfang an präsentierte sich *Al Jazeera* in einem journalistischen Stil, der völlig anders als der bisherige regierungsamtliche Verlautbarungsjournalismus in den meisten arabischen Ländern war. *Al Jazeera* kam in der arabischen Medienlandschaft einer kleinen Revolution gleich, denn dieser Sender war unabhängig, offen, kritisch und innovativ und beleuchtete ein und denselben Sachverhalt von zwei Seiten. *Al Jazeeras* Slogan war »Meinung und Gegenmeinung«. Mit diesem Vorgehen brach *Al Jazeera* mit so manchem Tabu der bisherigen arabischen Medien, begann mit harscher Kritik an offiziellen arabischen Politikern und Regierungen, sprach über ausgesprochen sensible und schwierige Themen

wie Regierungskorruption, die Verletzung der Menschenrechte, religiösen Extremismus oder Frauenrechte, unterstützte Rufe nach politischen, wirtschaftlichen und sozialen Reformen überall in der arabischen Welt und gab Regierungsgegnern die Möglichkeit, sich öffentlich zu äußern und gar Regierungen zu kritisieren. Eine der größten Tabuverletzungen von *Al Jazeera* bestand darin, auch offiziellen Regierungsstellen aus Israel die Möglichkeit zu geben, sich zu äußern. Dies geschah erstmalig in der arabischen Medienwelt und zog äußerst heftige und kontroverse Debatten nach sich. Ähnlich verfuhr *Al Jazeera* mit Tonband- und Videoaufnahmen von Osama Bin Laden und seinen Anhängern: Auch hier stellte sich *Al Jazeera* als öffentliche Plattform zur Verfügung und musste deswegen heftige Kritik über sich ergehen lassen. Aber genau diese beiden Sachverhalte trugen zu *Al Jazeeras* Image als dem eines besonderen Fernsehsenders bei.

Sowohl *Al Jazeeras* Geburtsstunde als auch *Al Jazeeras* Popularität und Glaubwürdigkeit haben sehr viel mit der US-amerikanischen Kriegspolitik im Nahen Osten zu tun. Kann die Gründung von *Al Jazeera* 1996 nur als arabische Antwort darauf verstanden werden, dass sich die arabische Welt einen weiteren möglichen US-amerikanischen Krieg im Nahen Osten nicht mehr länger wie im Golfkrieg vom Frühjahr 1991 von *CNN* erklären lassen wollte, so waren es dann der Afghanistankrieg von 2001 und der Irakkrieg von 2003, die *Al Jazeeras* Popularität und Glaubwürdigkeit endgültig festigten.

Al Jazeera wurde im Westen spätestens nach den Terrorangriffen am 11. September 2001 bekannt. Vor allem das Ausstrahlen von Videobotschaften Osama Bin Ladens sowie die Berichterstattung dieses Senders von verschiedenen internationalen Kriegsschauplätzen waren Gründe dafür, dass die Amerikaner von einem antiamerikanische(n) Hass-TV sprachen oder *Al Jazeera* gar als Sprachrohr bin Ladens bezeichneten. Die Kritik an dem Sender wuchs vor allem während des Afghanistan- und Irakkrieges stetig.

Während des Afghanistankrieges war *Al Jazeera* der einzige Fernsehsender, der im Lande verblieben war. So war nur dieser Sender in der Lage, direkt und mit Livesendungen aus dem Krieg zu berichten, und so waren auch *CNN* und die *BBC* darauf angewiesen, Nachrichten von *Al Jazeera* zu übernehmen und zu senden – das war ein einmaliger und bislang noch nicht dagewesener Vorgang. *Al Jazeera* war damals in der einzigartigen Situation eines exklusiven Anbieters und nutzte diese Situation: So zeigte der TV-Sender Kriegsgräuel und brutale US-amerikanische Übergriffe auf afghanische Zivilisten und scheute sich auch nicht, Bilder mit Verwundeten, Opfern und Toten zu zeigen. Gerade die US-amerikanische Bildberichterstattung, wie sie im Golfkrieg von 1991 gepflegt wurde und die das Bild eines sauberen Krieges zeichnete, hat *Al Jazeera* im Afghanistankrieg aufgebrochen. Dies wiederum bedeutete eine heftige Infragestellung westlicher, besonders US-amerikanischer Perspektiven und Interessen.

11.3 Angriff auf *Al Jazeera* während des Afghanistankrieges

Am Morgen des 13. November 2001 – dem Tag der militärischen Einnahme Kabuls – wurde um 1:30 Uhr das *Al-Jazeera*-Büro in Kabul bei einem US-Luftangriff von zwei Bomben getroffen. *Al Jazeera* bezifferte den Schaden auf insgesamt rund 800 000 US-Dollar (vgl. N. N. 2001a). Zum Zeitpunkt des Anschlages befand sich niemand von der zehnköpfigen Crew im zweistöckigen Mediengebäude, weshalb lediglich materieller Schaden entstand.

Die arabischen Medien reagierten empört auf die Bombardierung des Senders, die als bewusste Rache an *Al Jazeera* verstanden wurde. Das Pentagon hingegen bedauerte die Bombardierung und betonte, dass es keine Absicht gewesen sei. Ein Sprecher des Militärs erklärte auf einer Pressekonferenz in Washington am 13. November 2001, dass die Bombe vom Kurs abgekommen sei und die Bürogebäude von *Al Jazeera, BBC* und AP mithin versehentlich getroffen hätte. Amerika würde täglich alles geben, um lediglich militärische Ziele zu treffen und die Zahl an zivilen Opfern so gering als möglich zu halten. Nadia Rahman von *Al Jazeera* entgegnete, dass das Militär über den Standort der drei Medieninstitute bestens informiert gewesen sei, zumal große Satellitenantennen auf den Dächern angebracht waren (Mater 2001). Dem US-Militär seien die Koordinaten des *Al-Jazeera*-Büros nicht bekannt gewesen und zudem habe das US-Militär keine Medien angegriffen und werde dies auch in Zukunft nicht tun, lautete dagegen eine Verlautbarung des Pentagon.

Später bezeichnete das US-Militär das Bürogebäude von *Al Jazeera* in Kabul als bekannten Al-Qaida-Stützpunkt. »Wir hatten keine Informationen darüber, dass *Al Jazeera* diese oder andere Anlagen in der Nähe benutzte. Wir hatten zwei Gebäude in Kabul identifiziert, wo Leute von *Al Jazeera* arbeiteten, aber dieses Haus war nicht dabei« (James 2001). Wenige Tage später beschuldigte der Leiter der arabischen Ausgabe von *Al Jazeera,* Ibrahim Hilal, die USA erneut, das Büro absichtlich angegriffen zu haben. Die Sendestation habe seit Anbeginn auf der Liste des Pentagons gestanden. Zudem seien dem US-amerikanischen Militär die Standorte von *Al Jazeera* bekannt gewesen, da sie regelmäßig vom US-Geheimdienst abgehört würden (James 2001).

Der Chef des *Al-Jazeera*-Büros in Washington erklärte den Angriff folgendermaßen: »Die haben uns absichtlich bombardiert. Es sollte verhindert werden, dass Bilder von marodierenden Truppen – Amerikas Alliierten – und zivilen Toten um die Welt gingen« (Hossli 2003).

11.4 *Al Jazeera* während des Irakkrieges

Der US-amerikanische Krieg gegen den Irak 2003 war für *Al Jazeera* eine weitere wichtige Chance, die weltweit pro-amerikanische Sicht auf den Krieg aufzubrechen und infrage zu stellen. Wiederum verunsicherte *Al Jazeera* die weltweite Medienöffentlichkeit mit Schockbildern von getöteten Zivilisten und Bildern von brutalen US-amerikanischen Attacken auf unschuldige Menschen. Wiederum und sehr erfolgreich präsentierte sich *Al Jazeera* als pan-arabische Stimme, als Sprecher einer einzigen arabischen Nation. Sowohl im Afghanistan- als auch im Irakkrieg reagierten die USA auf die vom Westen als störend und unerwünscht empfundene Kriegsberichterstattung von *Al Jazeera* ausgesprochen aggressiv.

Von einem Treffen des britischen Regierungschefs Tony Blair mit dem US-Präsidenten George W. Bush in Washington am 16. April 2004 wurde im November 2005 die Mitschrift veröffentlicht. Demnach sprach Bush in einem geheimen Memorandum über eine mögliche Bombardierung der *Al-Jazeera*-Sendezentrale in Qatar. Während einige Quellen behaupteten, dass Bush den Sender bombardieren wollte, gaben andere an, dass dies nur ein Scherz gewesen sei.

Völkerrechtswidrig (Zusatzprotokoll I zum Genfer Protokoll) bombardierte die US-amerikanische Luftwaffe im April 2003 das *Al-Jazeera*-Büro in Bagdad. Bei diesem Angriff wurde der *Al-Jazeera*-Korrespondent Tariq Ayyoub getötet und sein Mitarbeiter Zuhair al Iraqi verwundet. Außerdem griffen US-amerikanische Militärangehörige im Januar 2002 Sami al Haj, einen sudanesischen Kameramann von *Al Jazeera,* in Afghanistan auf, folterten ihn in Bagram und Kandahar und verschleppten ihn dann nach Guantanamo. Am 1. Mai 2008 wurde Sami al Haj aus der Haft entlassen und setzte daraufhin seine Arbeit bei *Al Jazeera* in Qatar fort.

11.5 Mediengebäude, nur die Spitze des Eisbergs?

Die Zerstörung von Mediengebäuden gehört heute zum Standardrepertoire der modernen Kriegsführung. Es sind jedoch verschiedene Anlagen zu unterscheiden. TV-Transmitter und Verstärkerstationen, die zur terrestrischen Verbreitung im Land dienen, werden, wie bereits erwähnt, oft auch für militärische Kommunikation und Datenübermittlung genutzt. Diese Teile der Kommunikationsinfrastruktur stellen deswegen legitime militärische Angriffsziele dar. Dennoch darf dies nicht als Begründung dafür herhalten, alle vorhandenen Stationen wahllos zu zerstören, denn eine militärische Nutzung muss auch nachgewiesen werden. Vor allem in Ländern, deren kommunikative Infrastruktur sich erst in den letzten Jahren entwickelte, sind solche Anlagen oft im Besitz von Privatsendern und werden vom Staat nicht genutzt.

Lokale Sender werden oft in den ersten Kriegstagen angegriffen. Hier beschränkt man sich nicht auf staatliche Fernsehsender, sondern versucht auch Privatsender auszuschalten. Der Zivilbevölkerung wird die Macht des Angreifers gezeigt, der jederzeit seine Ziele erreichen kann. Begleitet wird die Aktion durch eigene Propagandaaktionen. So warf die US-Luftwaffe über Afghanistan Radios ab, die auf eine fixe Frequenz voreingestellt waren. Aus einem Flugzeug verbreitete man dann über einen Sender auf dieser Frequenz die eigenen Ansichten und Nachrichten über den Kriegsverlauf (vgl. Zarzer 2001). Freilich können militärische Angreifer gerade sehr große TV-Türme oft auch erst in den letzten Kriegstagen zerstören, dienen diese doch den Bomberpiloten während des Krieges als markantes Objekt bei ihren Lufteinsätzen. Bei einer Feinanalyse der in Abbildung 11.1 aufgelisteten Zerstörungen von Mediengebäuden ließ sich keine Systematik herausarbeiten, nach der Mediengebäude gehäuft entweder zu Kriegsbeginn oder zu Kriegsende zerstört worden wären.

Durch die Möglichkeiten der Satellitenübertragung wurde der Kampf um die Bilder auf die Wohnzimmer der Welt ausgeweitet. Insofern *Al Jazeera* erstmals eine Quelle von Bildern war, die vom Westen nicht kontrolliert werden konnten, war ein Angriff auf den Sender die logische Folge. Der Angriff auf das Büro eines neutralen Senders verweist somit auf eine neue Dimension der Kriegsführung.

Chris Paterson (2006) sieht jedoch noch ein viel weitreichenderes Muster. Angriffe auf Mediengebäude seien nur ein Teil einer Gesamtstrategie, die Medien unter Druck zu setzen, um sie zu einer angenehmen Berichterstattung zu zwingen. Das beginnt mit gewaltlosen Mitteln wie dem Erschweren der Arbeitsbedingungen und der Ausübung von politischem Druck. Führen diese nicht zum Ziel, wird im Falle eines Krieges auch zu gewaltsamen Mitteln gegriffen.

Neben den Angriffen auf die Mediengebäude kommt es dabei zu einer massiven Häufung von Angriffen auf Journalisten selbst. Wieder geht es um Bilder, die der Öffentlichkeit präsentiert werden. Unabhängigen Journalisten soll es unmöglich gemacht werden, die vom Pentagon gelieferten Bilder infrage zu stellen. Für die Berichterstattung von der Front hat man *embedded journalists,* die eingebettet in die Armee an der Front stehen und in deren Interesse berichten.

Der Kampf um Bilder entspringt nach Paterson zwei Motiven, die gerade bei den US-amerikanischen Konservativen weit verbreitet sind. Das erste Motiv ist der Vietnamkrieg und die Dolchstoßlegende, dass die Berichterstattung über den Vietnamkrieg zur Niederlage der USA beigetragen habe. Deshalb seien Journalisten in Kriegsgebieten generell als feindlich eingestellt zu betrachten. Das zweite Motiv ist die Meinung, man könne durch die Mittel der Public Relations und mit geschicktem Marketing der Öffentlichkeit alles – aber auch wirklich alles – verkaufen. Man müsse daher nur die Medienkanäle im eigenen Interesse anfüllen und diese dürften dann nicht durch fremde Bilder gestört werden.

Obwohl offizielle US-amerikanische Stimmen trotz der dokumentierten Angriffe immer wieder betonen, dass Medien keine Kriegsziele seien, sind deren Warnungen deutlich. So sagte vor dem Angriff auf den Irak der Sprecher des Weißen Hauses, Arie Fleischer: »If the military says something, I strongly urge all journalists to heed it. It is in your own interests, and your family's interests. And I mean that.« Weniger offiziell, dafür umso deutlicher, kommentierte der pensionierte Lt. Gen. der Marines, Bernard E. Trainor den Angriff auf das Hotel Palestine am 8. April 2003: »There's nothing sacrosanct about a hotel with a bunch of journalists in it« (Mari 2004, S. 13).

Warum gibt es keine systematisierten Arbeiten über die kriegerische Zerstörung von Mediengebäuden und warum nehmen sich dieser Thematik die verschiedenen Journalistenverbände nicht an? Zwar gibt es bei Wikipedia inzwischen eine *Liste während der Berufsausübung getöteter Journalisten,* doch fehlen eben Listen über im Krieg zerstörte Mediengebäude. Sowohl die International Federation of Journalists (IFJ) mit Sitz in Brüssel als auch die Gruppen Reporter ohne Grenzen (RSF) in Paris, das Committee to Protect Journalists (CPJ) in New York oder das International Press Institute (IPI) in Wien haben auf entsprechende Anfragen nicht reagiert. Warum? Das Desinteresse an dieser Thematik hängt bei allen diesen Institutionen vermutlich damit zusammen, dass sie sich aus finanziellen und politischen Gründen eine solche Systematik nicht leisten können, deren Ergebnis wahrscheinlich darauf hinausliefe, dass die USA und Israel (aufgrund ihrer jeweiligen Waffentechnologie) an erster Stelle der Staaten stehen, die im Krieg Mediengebäude völkerrechtswidrig zerstören.

11.6 Herausforderungen für das Völkerrecht

Noch einmal soll auf das humanitäre Völkerrecht eingegangen werden. In den Genfer Konventionen werden Journalisten explizit erwähnt. In Art. 79 des ersten Zusatzprotokolls werden ihnen der Status und damit die Rechte von Zivilisten zugesichert. Dieser sagt ausdrücklich: »Journalisten, die in Gebieten eines bewaffneten Konflikts gefährliche berufliche Aufträge ausführen, gelten als Zivilpersonen im Sinne des Artikels 50 Absatz 1.« Mithin dürfen sie nicht angegriffen werden. Im Zweifelsfall ist ein potenzielles Ziel als zivil einzustufen. Das Völkerrecht kennt einen umfassenderen Schutz für die Zivilbevölkerung, auch das lebenswichtige Umfeld und Versorgung soll vor Angriffen geschützt werden. Dieses Prinzip wird durch die Angriffsdoktrin nach Warden ignoriert, da hier die ganze Gesellschaft zum Ziel erklärt wird.

Das Beispiel der Mediengebäude zeigt zwei zentrale Probleme des Völkerrechts auf: War erstens in der Vergangenheit das Kampfgebiet meist (einigerma-

ßen) klar einzugrenzen, ist im modernen Luftkrieg jeder Ort der Erde erreichbar und somit zum potenziellen Angriffsziel geworden. Damit wird auch die Unterscheidung zwischen Kombattanten und Zivilisten immer schwieriger. Im Falle von TV- und Radiosendern wird häufig argumentiert, dass sie durch ihre Propagandatätigkeit für ein verbrecherisches Regime jeglichen Schutz verlieren. Hier kennt das Völkerrecht jedoch die Abgrenzung zwischen Propaganda und Aufhetzung. Während Propaganda unter dem Schutz der Meinungsfreiheit steht, kennt das Völkerrecht direkte und offene Aufhetzung als Straftatbestand. In den in Abbildung 11.1 genannten Fällen ist der Vorwurf nicht haltbar. Eine Ausnahme könnte lediglich die Bombardierung der beiden TV-Sender *al-Manar* und *al-Aqsa* bilden; aber auch das ist unter Völkerrechtlern umstritten. Einigkeit herrscht allerdings darüber, dass die Entscheidung über ein Bombardement nicht allein bei Militärstrategen liegen darf, die sich selbstverständlich durch ihnen genehme Völkerrechtsexperten beraten lassen.

Der zweite Punkt ist die weitgehende Zahnlosigkeit des Völkerrechts. Zwar gibt es seit dem Inkrafttreten des Statuts von Rom den Internationalen Strafgerichtshof, aber Staaten wie die USA sind ihm nicht beigetreten und unterliegen daher nicht seiner Gerichtsbarkeit. War in den vergangenen Jahrzehnten von einer ethischen Verpflichtung der Staaten zur Beachtung des Völkerrechts ausgegangen worden, so zeigt die angesprochene Militärstrategie, dass Ethik hinter das Ziel der Interessensdurchsetzung zurücktritt. Es ist daher eine umfassende Reform nötig, bei der darauf geachtet werden muss, neue Entwicklungen zu beachten und Regelungen zu treffen, ohne hinter bisher Erreichtes zurückzufallen.

NGOs im Geflecht von Kriegspropaganda 12

12.1 Zur Entmythologisierung von NGOs

»Sie sind das gute Gewissen, wenn der Staat versagt: Nicht-Regierungsorganisationen« (Herkendell 2003). Diese höchst normativ aufgeladene Einschätzung der politischen Rolle von NGOs durch eine Journalistin spiegelt sich auch in der allgemeinen Bevölkerung wider. Greenpeace und lange auch der ADAC genossen im Urteil der deutschen Bevölkerung weit vor politischen Parteien, Kirche und Gewerkschaft das größte institutionelle Vertrauen (McKinsey 2003), und inzwischen sind NGOs nach einer Bewertung von 850 befragten europäischen und US-amerikanischen Managern »auf dem besten Wege, internationale Super-Marken zu werden« (Hoursch und Klenk 2002, S. 138). Auch in der Sozialwissenschaft herrscht dieses positive Bild der NGOs vor. Bei dem Schweizer Soziologen Jean Ziegler mutieren die NGOs gar zu »globalen Widersachern« (Ziegler 2005). Auch und gerade die Friedensforschung teilt und perpetuiert dieses idealistische Bild der NGOs. Besonders deutlich wird dies in den Arbeiten des Duisburger Instituts für Entwicklung und Frieden (INEF). So sieht z. B. dessen Mitarbeiter Dirk Messner in den NGOs die *fünfte Säule* der Weltpolitik neben der Legislative, der Exekutive, der Judikative und den Medien (Stickler 2005, S. 29).

Freilich hatte sich bereits 1844 der Sozialphilosoph Karl Marx in seinem Essay über *Idee und Interesse* vehement von solchen idealistischen Analysen gesellschaftlicher Zusammenhänge distanziert, indem er trocken und nüchtern ausführte: »Die ›Idee‹ blamierte sich immer, soweit sie von dem ›Interesse‹ unterschieden war« (Marx 1953, S. 319). Weder gilt es dem *Tugendterror* (Hegel) von NGOs aufzusitzen, noch kann es in der Politikwissenschaft eine von der zentralen Kategorie Interesse freie Analyse geben. Was also sind NGOs und was sind deren Interessen im 21. Jahrhundert?

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_12,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Nach ihrem Eigenverständnis haben NGOs folgende Ansprüche an sich selbst: Staats- und Regierungsunabhängigkeit, Non-Profit-Orientierung, Wahrnehmung nur öffentlicher Interessen, Universalität und Gemeinnützigkeit ihrer Werte und politischen Ziele sowie freiwilliger Ressourcenzufluss (Take 2002, S. 42). Thematisch engen sich die meisten NGOs auf Ökologie, Menschenrechte, Entwicklung, soziale Gerechtigkeit, Frieden und Gender ein (Schrader 2000, S. 30). Allerdings steht dieses Selbstbild der NGOs in erheblichem Kontrast zur Realität, vor allem dann, wenn man die genannten, aber veralteten Selbstbilder zu einer gegenwärtigen Wirklichkeit in Bezug setzt. Zwar sagen NGOs von sich selbst gern, sie stünden jenseits von Markt und Staat, doch sieht die Wirklichkeit anders aus.

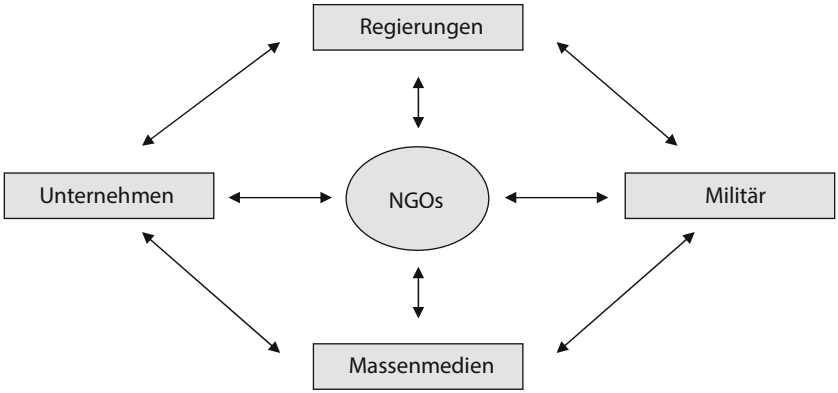
Untersucht man NGOs in Hinblick auf die psychologischen, organisationstheoretischen, soziologischen und herrschaftstheoretischen Bedingungen ihrer Existenz und ihres gesellschaftlichen Handelns, dann gilt es zunächst einmal festzuhalten, dass sie Ausdruck einer gesellschaftlichen Legitimationskrise sind. Während das Verhältnis zwischen Herrschern und Beherrschten zunehmenden Brüchen, Belastungen und Krisen unterworfen ist – die berühmten habermasschen *Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus* (Habermas 1973) –, füllen NGOs die dadurch entstandene Legimitationslücke entweder von unten (soziale Bewegungen) auf oder werden als politisches Instrument der Konfliktharmonisierung und -verschleierung von oben (Sozialpartnerschaft) initiiert. *Kauf dir eine Volksabstimmung* nannte dementsprechend und mit guten Gründen der österreichische Publizist Markus Wilhelm z. B. die zahlreichen Manipulationszusammenhänge anlässlich der EU-Volksabstimmung in Österreich 1995 (Wilhelm 1997).

In Gesellschaften, in denen sich für das Individuum Sinn nicht mehr über die alten Medien Religion, Politik oder Markt vermittelt (bzw. vermitteln kann), stehen NGOs (auf einmal) in der Mitte aller gesellschaftlichen Austausch- und Vermittlungszusammenhänge (Abbildung 12.1). Freilich herrschen zwischen den NGOs und allen vier gesellschaftlichen Teilsystemen (Regierungen, Unternehmen, Militär, Medien) völlig normale und in der Sozialwissenschaft gut bekannte Markt- und/oder Bürokratiestrukturen, die zu entmythologisieren sind. Einige Beispiele mögen diese Beziehungen illustrieren.

Ebene Unternehmen – NGOs

Wo NGOs nach normalen Kriterien eines Unternehmens geführt werden, wird ein Elitentausch normal. Nach seiner Karriere bei der Weltbank und in der Metallindustrie wurde der Manager Thilo Bode 1989 Geschäftsführer von Greenpeace Deutschland und 1995 Executive Director für Greenpeace International. 2002 wurde Bode Geschäftsführer der Verbraucherschutzorganisation Foodwatch. Ein ähnliches Karrieremuster zeigt der Lebenslauf von Peter Eigen. Zunächst als Manager bei der Weltbank tätig, verließ er diese 1991 und gründete 1993 in Berlin die

Abbildung 12.1 Das gesellschaftliche Umfeld von NGOs



Quelle: eigene Darstellung

NGO Transparency International. Solche Personalkarrieren resümierend, heißt es in einer französischen Studie: »Auch die großen NGOs suchen sich ihre jungen Spezialisten unter den besten Absolventen der US-amerikanischen Ivy-League-Universitäten […], die – Noblesse oblige – schon immer einen Hang zu Idealismus und Universalismus hatten« (Dezalay und Garth 2005, S. 23).

Dass es weit jenseits solcher einzelnen Beispiele inzwischen einen symbiotischen Zusammenhang zwischen Unternehmen und NGOs gibt bzw. sogar geben soll, zeigt eine 2003 veröffentlichte Studie der Firma SustainAbility Ltd., die von UN Global Compact und der UNEP in Auftrag gegeben wurde (SustainAbility 2003). Diese Studie empfiehlt, dass zukünftige NGOs das konfrontative Politikmodell des 20. Jahrhunderts aufgeben und sich zusammen mit Regierungen und Unternehmen einer höchst professionellen Reform von Marktsystemen widmen sollten.

Ebene Regierungen – NGOs

Der Begriff *Jubelperser* steht für die von der iranischen Regierung bezahlten Demonstranten gegen linke Studenten bei der Anti-Schah-Demonstration im Juni 1967 in Berlin und bringt ein Phänomen gut auf den Begriff: Regierungen kaufen sich auf dem Markt soziale Proteste je nach Notwendigkeit ein. Die Liste der von Regierungen eingekauften Jubelperser ist lang. Insgesamt ist das Beziehungsgeflecht zwischen Regierungen und NGOs sehr alt, sehr dicht, intransparent und von informellen Personalstrukturen abhängig und ausgesprochen wirkmächtig.

Diese Beziehungen reichen von der Hilfe der CIA bei der Gründung der deutschen Sektion von Amnesty International (Schmidt-Eenboom 2004, S. 351 ff.) über die Tatsache, dass sich 1999 das Budget der NGO Germanwatch zu 70 Prozent aus öffentlichen Zuweisungen zusammensetzte, bis hin zum Umweltgipfel der UNCED in Rio de Janeiro 1992, bei dem sich 1 400 NGOs registrieren ließen.

Eine Symbiose zwischen Regierungen und NGOs zeigt sich nicht zuletzt an zahlreichen Entscheidungen europäischer Regierungen in den Bürgerkriegen in Ex-Jugoslawien. Da wurde Bernard Kouchner aus Frankreich – Vorsitzender einer kommunistischen Studentengruppe, Gründer und Präsident der NGO Ärzte ohne Grenzen und französischer Gesundheitsminister – vom damaligen UN-Generalsekretär Kofi Annan zum Sondergesandten und Chef der UNMIK im Kosovo ernannt, und da saßen z. B. 2005 im Executive Board des hinsichtlich der Balkanpolitik so mächtigen Thinktanks International Crisis Group mit Sitz in Brüssel, der sich gern als neutrale NGO geriert, fast ausschließlich Politiker und Militärs, nämlich die früheren Staats- oder Ministerpräsidenten Martti Ahtisaari (Finnland), Wim Kok (Niederlande), Ruth Dreifuss (Schweiz) und Mark Eyskens (Belgien), mächtige Politiker wie Uffe Ellemann-Jensen (Dänemark), Carla Hills (USA) und Emma Bonino (Italien) oder Militärs wie Wesley Clark, der frühere NATO-Oberkommandierende in Europa.

Ebene Medien – NGOs

Ein international renommierter Kommunikationswissenschaftler wie Ignacio Ramonet, gleichzeitig Chefredakteur von *Le Monde Diplomatique,* musste genau wissen, was er tat, als er 1987 mit einem Artikel in seiner eigenen Zeitung den Anstoß zur Gründung der NGO attac gab. Und diese Zeitung ist beileibe nicht das einzige Massenmedium, das sich einer NGO sehr verbunden fühlt oder sich zu Image- und PR-Zwecken gar eine eigene NGO gründet. Es ist die äußerst knappe Ressource Aufmerksamkeit (Franck 1998), die die NGOs zu einer symbiotischen Kooperation mit den Massenmedien zwingt. Die vielfältigen Medienbeiträge und Fotoreportagen von NGOs aus Kriegs- und Krisengebieten sind primär nicht einem journalistischen Ethos verpflichtet, wohl aber dem Effizienzkriterium einer PR-Strategie, der es darum geht, dass ein Medienrezipient Name und Image einer NGO mit *guten Taten* assoziiert. In Bezug auf die Rolle der NGOs bei der Kriegsberichterstattung im Bosnienkrieg resümiert Christian Ondracek eine Befragung von Journalisten in Sarajevo mit folgenden Worten: »Nicht immer waren die vermeintlich unabhängigen NGOs die ertragreichsten Quellen. […] NGOs sind die Vermittlungsagenturen für die soziale Katastrophe. Dem Korrespondenten kann das nur recht sein« (Ondracek 2001, S. 112 und 116).

NGOs arbeiten heute professionell mit PR-Agenturen zusammen. So gewann z. B. die NGO Terre des Hommes gemeinsam mit der Agentur Hill + Knowlton

2004 den Zimpel Award für die beste langfristige PR-Strategie. Pecunia non olet: In der Welt der PR-Agenturen kann Geld nicht stinken. 1990 hatte die Firma Hill + Knowlton die von der kuwaitischen Regierung gegründete NGO bzw. Astroturf-Bewegung Citizens for a Free Kuwait betreut, die antiirakische Feindbilder in der US-amerikanische Öffentlichkeit lancierte, im Jahre 2004 verantwortete eben dieses Unternehmen im Auftrag von Terre des Hommes eine Medienkampagne gegen sexuelle Ausbeutung von Kindern; Hill + Knowlton arbeitete für die in mehr als 70 Ländern aktive gemeinnützige Initiative Ashoka, die 2000 Fellows für Formen der Bürgerbeteiligung ausbildet, und unterstützte 2010 die Aktion Stars for Tomorrow, die über Fußballprojekte für südafrikanische Kinder AIDS-Aufklärung betreibt.[1]

Andere NGOs wie Greenpeace vergeben weniger PR-Aufträge nach außen, sondern haben hausintern PR-Spezialisten angestellt. So schreckte die aktionsorientierte NGO Greenpeace bei der zur Debatte stehenden Versenkung der Ölplattform Brent Spar 1995 auch nicht vor Medienmanipulationen zurück. Die selbsternannten *Krieger des Regenbogens* von Greenpeace spielten sehr effektiv auf der Medienklaviatur von Reality-TV, Event-Marketing und Entertainment für das heimische Pantoffelkino (Rossmann 1992; Schubert 2000; Jordan 2001).

Jenseits solcher Einzelbeispiele ist das Verhältnis der beiden Teilsysteme Medien und NGOs zueinander so intim, dass beide wie siamesische Zwillinge miteinander zusammengewachsen sind. Wie der Terrorist die Medien braucht, um mit der Öffentlichkeit kommunizieren zu können, so brauchen auch NGOs die massenmediale Öffentlichkeit, um auf sich aufmerksam zu machen. Wie eng und symbiotisch das Verhältnis von Medien und NGOs ist, kann man anhand der folgenden zwei Aspekte verdeutlichen. 1. Wer als NGO im Sinne der Resolution 1296 (XLIV) des Wirtschafts- und Sozialrats der UN (ECOSOC) von 1968 anerkannt werden will, darf »den freien Informationsfluss« nicht behindern – ungehindert des Herrschaftscharakters gerade dieses Rechtsprinzips (Schiller 1975). 2. Bei der in den letzten zwei Dekaden erfolgten Abkoppelung der NGOs von ihren jeweiligen sozialen Bewegungen spielte die Medienfrage eine herausragende Rolle. Mobilisierten NGOs früher Menschen, so betreiben sie heute mediale Öffentlichkeitsarbeit; gab es früher den sozialen Kontext von direkter Nachbarschaft, so substituieren heutige NGOs soziale Austauschprozesse durch eine anonymisierte Internet-Community.[2]

Ebene Militär – NGOs

Das Verhältnis von Militär und NGOs ist enger als allgemein vermutet, haben sich doch die Auslandseinsätze im Katastrophenfall und/oder nach dem Ende kriegerischer Kampfhandlungen der rund 60 000 in der Datenbank der Union of International Associations (UIA) erfassten internationalen NGOs in den letzten De-

kaden enorm erhöht. Bei diesen Auslandseinsätzen sind NGOs auf den Schutz des Militärs angewiesen. Im Kampf um Standorte, infrastrukturelle Ressourcen (Wasser, Elektrizität usw.) und Zugänge zur Zielgruppe der miteinander um Aufmerksamkeit, Image, Spendengelder und öffentliche Zuschüsse konkurrierenden NGOs sind bei einem Auslandseinsatz Militärs die entscheidenden Verbündeten vor Ort, um das eigene Interesse gegenüber anderen NGOs durchzusetzen. Schutz im Tausch gegen Gehorsam gegenüber den Militärs entspricht vor Ort dem notwendigen Überlebensinteresse vieler NGOs.

Über solche Kooperationen hinausgehend gibt es auch NGOs, die nachrichtendienstlich relevante Informationen an das Militär oder an Nachrichtendienste aus Kriegs- und Krisengebieten gegeben haben, in denen sie vor Ausbruch von Kriegshandlungen präsent waren. Im Sommer 1998 gab es sogar westliche NGOs, die von Belgrad aus das Außenministerium in Berlin zu einem militärischen Eingreifen im Kosovo aufforderten.

Durchaus delikat und brisant ist auch die im Folgenden beschriebene Kooperation zwischen einer NGO und dem BND. Die in Bonn ansässige NGO Stiftung Sankt Barbara, in der der frühere Präsident des deutschen Bundesnachrichtendienstes und deutsche Außenminister Klaus Kinkel eine zentrale Rolle spielte, wurde in den 1980/90er Jahren großzügig mit Mitteln des Außenministeriums bedacht, die zur Minenräumung im Süden Afrikas eingesetzt wurden. Bei ihren Operationen in Angola waren Agenten des BND in das dortige Team integriert, um die politische, militärische und wirtschaftliche Situation aufzuklären und Partnerdienstkontakte mit dortigen Sicherheitskräften aufzubauen. Nicht weniger delikat ist die Unterstützung islamistischer Terroristen während des Bosnienkriegs durch die saudische NGO Saudi Relief Committee oder die auch noch im Jahre 2004 zu verzeichnende Unterstützung islamistischer Untergrundkämpfer in Bosnien-Herzegowina durch eine NGO, die zu der in Sarajevo ansässigen iranischen Exportfirma Bedr Bosna Company gehörte (Schmidt-Eenboom 2005).

12.2 NGOs in den Kriegen in Ex-Jugoslawien

Tabelle 12.1 listet für die Teilsysteme Regierungen, Medien und Militär konkrete Kooperationsbeispiele mit verschiedenartigen NGOs auf.[3] Definitorisch sind bei dieser Tabelle zwei Sachverhalte abzuklären. 1. Da es keine trennscharfe Definition von NGOs gibt, liegt dieser Tabelle die weit gefasste Eigendefinition von NGOs als einer sozialen Organisation jenseits von Markt und Staat zugrunde. 2. *Krieg ist Frieden:* Diese Parole prangt an der Wand eines Ministeriums für Wahrheit und ausgerechnet ein Ministerium für Frieden befasst sich in George Orwells Roman *1984* mit dem Krieg. Wenn sich der seit dem Kosovokrieg im vorherrschen-

den Diskurs wiederum befürwortete *gerechte Krieg* heute humanitäre Intervention nennt, wenn das formal erklärte Ende eines Krieges wie in Afghanistan oder im Irak faktisch überhaupt nichts mit dem Ende von militärischen Kampfhandlungen zu tun und wenn die Wissenschaft inzwischen den euphemistischen Ausdruck *lang anhaltende Nachkriegssituation (protracted crises)* kreiert hat und statt von Krieg den Begriff *Friedenserzwingung* benutzt, dann gilt auch für diese Tabelle definitorisch das, was eine kritische Wissenschaft freilich schon immer wusste: Die Grenzen zwischen Krieg und Nichtkrieg sind ausgesprochen fließend.

Bei den Kriegen und Bürgerkriegen in Ex-Jugoslawien sind sowohl interne als auch externe NGOs von immens großer Relevanz für die Herausbildung von öffentlichen Meinungen und Stimmungen gewesen. In den innenpolitischen Auseinandersetzungen in Serbien spielte und spielt die NGO Otpor eine herausragende Rolle. Hervorgegangen aus einer Studentenbewegung, gründete sich Otpor (Serbisch für Widerstand) 1998 in Belgrad als Antwort auf von der Regierung Slobodan Milošević' erlassene Universitäts- und Mediengesetze. Zu einer politischen Organisation entwickelte sich diese Bewegung, deren Markenzeichen eine schwarze geballte Faust als Parodie auf das gleichartige bolschewistische Symbol ist, erst nach dem Kosovokrieg von 1999. Als Grundlage für die Otpor-Version eines »gewaltlosen Widerstands« diente dieser Organisation Gene Sharps Buch *From Dictatorship to Democracy: A Conceptual Framework for Liberation* (1993), dessen Übersetzung, Veröffentlichung und Verbreitung in Serbien (5 000 Exemplare) durch Gelder der US-amerikanischen NGO Freedom House ermöglicht wurde. (Der konservative Thinktank Freedom House wird u. a. von der Soros Foundation, der Ford Foundation, der National Endowment for Democracy, der USAID und dem State Department finanziert.)

Schon bald entwickelte sich Otpor zu einem Kristallisationspunkt der serbischen Oppositionsbewegung, die schließlich im Jahr 2000 Milošević zum Sturz brachte. Dabei erhielt Otpor finanzielle, operative und logistische Unterstützung von verschiedenen Institutionen, die mit der US-Regierung verbunden sind bzw. von ihr finanziert werden (National Endowment for Democracy, United States Institute of Peace, USAID und das International Republican Institute). In Anwesenheit des Deutschen Bundestagspräsidenten verlieh die Friedrich-Ebert-Stiftung ihren jährlich vergebenen Menschenrechtspreis 2001 an diese serbische NGO.

Otpors Erfolg machte die Bewegung nicht nur zu einem Vorbild für gleichartige politische Organisationen in anderen osteuropäischen Ländern, die das Ziel hatten bzw. haben, durch gewaltlosen Widerstand Regierungen zu stürzen (Kmara in Georgien, Pora in der Ukraine, Zubr in Weissrussland, KelKel in Kirgistan, Oborona in Russland usw.). Vielmehr wurden die Otpor-Führer und -Ideologen zu Trainern der osteuropäischen Revolutionsführer. So flog beispielsweise das Open Society Institute der Soros-Foundation im Jahr 2003 damalige georgische Oppo-

Tabelle 12.3 NGOs im Geflecht von Kriegspropaganda

	Jahr	Partner	NGO/Zivilgesellschaft	Art der Kooperation
Regierungen	1999	UNICEF	Song-Gruppe *The Kelly Family* (Köln)	In Kooperation mit vielen Sponsoren (u. a. *RTL,* Magic Media) Produktion der CD *Die Kinder von Kosovo*
	2002	BMZ, BMFSFJ, AA, In-Went, Dienste in Übersee = 44 Prozent des Budgets von medica mondiale	medica mondiale (Köln)	1992 von Monika Hauser gegründet, engagiert sich diese NGO für Frauen als Opfer sexualisierter Gewalt nach Kriegen, besonders in Bosnien; PR-Unterstützung von Jutta Limbach, Rita Süssmuth und Christian Schwarz-Schilling*
	2004	Außenministerium der US-Regierung (Washington)	Freedom House, National Democratic Institute, International Republican Institute und USAID (Washington)	u. a. Finanzierung der in der Ukraine tätigen serbischen NGO Otpor, der ukrainischen NGO Pora und Aufbau von Oppositionsmedien (Gala Radio) mit einem Budget von insgesamt 65 Millionen US-Dollar (2003 und 2004)
Massenmedien	1990	PR-Firma Hill + Knowlton (New York)	Citizens for a Free Kuwait (CFK)	Beutreuung von CFK durch Hill + Knowlton; Unterstützung von CFK durch Amnesty International**
	1994	Verlage Robert Laffont (Paris), Penguin (London) und Lübbe (Bergisch Gladbach)	Veröffentlichung des Tagebuches *Ich bin ein Mädchen aus Sarajevo* des Mädchens Zlata Filipović; 1991 Erstveröffentlichung durch UNICEF	Pressekonferenz von Zlata Filipović in Bonn mit Rita Süssmuth und Angela Merkel; das Buch ist lange Zeit auf der Bestsellerliste des *Spiegel;* 1995 Treffen von Zlata Filipović mit Bill Clinton
	1996/ 1997	Werbeagentur Saatchi & Saatchi (Belgrad)	Studentendemonstrationen gegen Milošević in Belgrad	Beratung der Anführer durch Saatchi & Saatchi zur kreativen Gestaltung der Demonstrationen
	2005	Internetfirmen Access Media (Los Angeles) und Ziff Davis Media (New York) unter Leitung von Jim Hake	Spirit of America (Los Angeles)	Unterstützung antisyrischer Demonstrationen im Libanon



	Jahr	Partner	NGO/Zivilgesellschaft	Art der Kooperation
	1996	National Defence University (Washington)	United States Institute of Peace (Washington); 1999 Budgetmittel in Höhe von zwölf Millionen US-Dollar vom US-Kongress	Konferenz über die Verbesserung der Kommunikationsbeziehungen zwischen Militärs und NGOs
Militär	2003	Verteidigungsministerium der Republik Mazedonien, Geneva Centre for the Democratic Control of Armed Forces (DCAF) und Regierung der Schweiz	medienhilfe (Zürich)	Konferenz in Skopje zum Thema »Medien und Militär«
	2004	Bundesministerium der Verteidigung der BRD im Rahmen des ISAF-Mandats der NATO in Afghanistan	2 262 Projekte von NGOs in der Region Kunduz in Afghanistan	zivil-militärische Kooperation zwischen Deutscher Bundeswehr und NGOs

* In Deutschland führte die Journalistin Alexandra Stiglmayer mit ihrem Artikel *Vergewaltigung als Waffe* in Heft 42/1992 des *Stern* die Massenvergewaltigungsdebatte in die deutsche Medienlandschaft ein. In dieser Debatte wurden Zahlen zwischen 20 000 und 60 000 Massenvergewaltigungen von muslimischen Frauen in serbischen Konzentrationslagern genannt. Obwohl solche Zahlen seit Langem als Medienhysterie entlarvt werden konnten, dienen sie der 1992 gegründeten NGO *medica mondiale* nach wie vor als ideologische Existenzgrundlage. Vergewaltigung von Frauen im Krieg ist *eine* Dimension, eine ganz *andere* ist die ihrer Instrumentalisierung durch Politik, Medien oder eben auch NGOs; vgl. aus affirmativer NGO-Sicht Hauser (1998), Medica Mondiale (2004), Stiglmayer (1993). Vgl. dagegen die von Frauen geschriebenen ideologie- und diskurskritischen Medienanalysen: Jäger (1996), Ragenfeld-Feldmann (1997), Klaus und Kassel (2003) und Claßen (2004).
** Das internationale Sekretariat von Amnesty International (AI) in London hatte in seinem Länderbericht Irak vom Dezember 1990 die erfundene Geschichte von der Ermordung kuwaitischer Babies durch irakische Soldaten, die Babys aus ihren Brutkästen genommen und sie dann auf dem Fußboden sich selbst überlassen hätten, als authentisch übernommen. Erst im folgenden Länderbericht Irak vom April 1991 distanzierte sich das Londoner Sekretariat von AI von diesen Anschuldigungen gegen irakische Soldaten. Die Brutkastengeschichte »hätte nicht aufrechterhalten werden können«, ihre Grundlage seien »vage Berichte« gewesen und es habe keine »harten Beweise« gegeben (AI 1991). Die genauen Daten sind in diesem Zusammenhang wichtig: Genau zwischen Dezember 1990 und April 1991 begann der US-Krieg gegen den Irak. Als sich der US-Senat am 12. Januar 1991 mit Mehrheit für einen Krieg gegen den Irak aussprach und sich mehrere US-Senatoren dabei auch auf die »Brutkastengeschichte« bezogen, konnten sich diese u. a. auch auf Amnesty International berufen.

Quelle: eigene Erhebung

sitionsführer nach Serbien, wo diese von Otpor-Mitgliedern unterwiesen wurden (Kmara wurde finanziert vom Freedom House, dem National Democratic Institute, der EU, der National Endowment for Democracy, der OSZE, der USAID und dem Europarat). Führende Aktivisten von Pora in der Ukraine erhielten ebenfalls Schulungen von Otpor. Heute bildet Otpor die Kernzelle eines ganzen Netzwerks von analogen Organisationen in Osteuropa (zu Otpor vgl. auch Sussman 2010). Dass Otpor, das International Republican Institute (NDI), die NED und Freedom House auch in Ägypten während des dortigen »arabischen Frühlings« 2011/2012 sehr aktiv waren, kann vereinzelten Zeitungsberichten, nicht aber wissenschaftlichen Arbeiten entnommen werden. Einer der Berichte geht davon aus, dass allein die NED über einen Etat von 40 Mio. Dollar verfügte, um die »ägyptische Politik zu beeinflussen« (Whitney 2012; zu Otpor vgl. Kirkpatrick und Sanger 2011).

Ohne an dieser Stelle allzu viele Theoriediskussionen zu führen, sei kurz das höchst Problematische an den Aktivitäten von Otpor festgehalten. 1. Der Souveränitätsvorbehalt und das Verbot der Einmischung in innere Angelegenheiten ist nicht nur nach wie vor gültiges Völkerrecht, diese Prinzipien sind als rechtliche Argumente auch deswegen hoch einzuschätzen, weil sie gerade von den USA für sich in Anspruch genommen werden. Genau in diesem Land ist eine Finanzierung von Parteien und Wahlkämpfen aus dem Ausland strikt verboten. 2. Es gibt keinerlei Berichte von dritter und unabhängiger Seite über die Finanzströme solcher NGOs wie Otpor oder Pora. 3. Vielerlei Erfahrungen sprechen dafür, dass der Wechsel von undemokratischen zu demokratischen Strukturen nur dann zu einem stabilen Systemwechsel führen kann, wenn die sozialen Kräfte, die diesen Wechsel erreichen wollen, endogener Natur sind (zur Ukraine: Ash 2004 und Schuller 2005; zu Polen: Strübin 1999).

Kann man Otpor als endogene NGO einordnen, so gilt das nicht für die vielen NGOs aus Europa und den USA, die seit Anfang der 1990er Jahre auf dem Gebiet von Ex-Jugoslawien tätig wurden. Allein 463 humanitäre NGOs engagierten sich 1998 auf dem kleinen Territorium von Bosnien-Herzegowina, und in Serbien waren im Herbst 2005 nach Angaben der serbischen Regierung wenigstens 1 000 NGOs tätig.[4] Rechnet man solche Zahlen z. B. auf die Zahl der Einwohner um, kommt man durchaus auf absurde Relationen. Für ausländische NGOs in Ex-Jugoslawien und gerade für deren Medienprojekte gilt Folgendes: Aus endogener Sicht entspricht dem Überangebot von NGOs das Interesse der lokalen Eliten an einfacher, schneller, korrupter und räuberischer Rentenaneignung. Bei Abwesenheit von Marktwirtschaft sind Entwicklungshilfe- und NGO-Projekte in Ex-Jugoslawien zu wesentlichen Säulen einer Rentenökonomie geworden (Menzel 2003). Aus exogener Sicht erfüllen Balkanprojekte eine Stabilisierungsfunktion für NGOs. Deren »hilflose Helfer« (Schmidbauer 1992) brauchen zu ihrer Existenzberechtigung so viele Projekte wie möglich in Ex-Jugoslawien.

Durch die Aktivitäten von außen hat der Kosovo (ein Gebiet so klein wie das Saarland) die höchste Radiodichte pro Kopf der Bevölkerung in ganz Europa. Auf dem Arbeitsgebiet der Medienhilfe hat sich in Ex-Jugoslawien mit mehreren NGOs insbesondere die Schweiz hervor getan. Deren Aktivitäten sollen hier kritisch beleuchtet werden.

Fondation Hirondelle (FH): 1994 von Mitgliedern der NGO Reporter ohne Grenzen gegründet und der Christlichdemokratischen Volkspartei (CVP) der Schweiz nahestehend, hat sich die NGO Fondation Hirondelle (FH) mit Sitz in Lausanne auf Medienprojekte in Nachkriegssituationen spezialisiert. Mit finanzieller Unterstützung des Departements für Entwicklungszusammenarbeit (DEZA) führte sie ihr erstes Projekt *Radio Agatashya* mit Mitteln in Höhe von 2,9 Millionen Schweizer Franken im Gebiet der Großen Seen in Afrika durch. *Agatashya* strahlte seine Sendungen in einem Flüchtlingslager von Bukawu im damals zairischen Grenzgebiet aus. Nach nur kurzer Laufzeit musste die FH dieses Projekt 1997 wegen vielfältiger und bis heute ungeklärter Organisationskonflikte vor Ort als Projektruine abbrechen (Musy 1999; Deza 1999).

Schon bald nach dem Ende des Kosovokrieges wurde die FH mit dem Aufbau von *Radio Blue Sky* im Kosovo beauftragt. Von der DEZA mit einem Betrag in Höhe von 1,42 Millionen Schweizer Franken finanziert, kann bis heute nicht eindeutig recherchiert werden, wer genau für dieses Projekt initiativ war, die FH, die UNMIK oder die DEZA. Unklar ist bis heute auch, was genau der Projektinhalt des Vertrages zwischen der UNMIK und der DEZA war. Ging es ursprünglich um den Aufbau eines Radiosenders, wurde das Projekt aber zunächst nur als Radioproduktionsstudio realisiert – dies unter anderem deswegen, weil es erhebliche Konflikte zwischen dem UNMIK-Radio der FH, der in der Schweiz um dieselben Gelder bei der DEZA konkurrierenden Zürcher NGO Medienhilfe Ex-Jugoslawien (Brunner 2000) und der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt *Radio-Television-Kosovo (RTK)* der OSZE gab. Nach nicht einmal einem Jahr Eigenständigkeit wurde *Radio Blue Sky* in den von der OSZE favorisierten öffentlich-rechtlichen Sender *RTK* integriert und in dieser Form von der DEZA bis 2005 teilfinanziert. Innerhalb der Schweizer Publizistik wurde die Arbeit von *Radio Blue Sky* sehr kontrovers beurteilt. Die häufigsten Vorwürfe waren, dass dieses Radioprojekt an den kulturellen und sozialen Bedürfnissen der Menschen vor Ort vorbeigehe, dass es kaum Zuhörer habe und dass gerade die serbische Bevölkerung dieses Projekt trotz oder gerade wegen seiner multiethnischen Sendungen immer abgelehnt habe (Odehnal 2000).

In den ersten Jahren ihrer Existenz lebte die Fondation Hirondelle im Wesentlichen von finanziellen Zuwendungen der DEZA, also der Schweizer Regierung. Wie intim die politischen Beziehungen zwischen der FH und der DEZA sind, mag

man u. a. daran ablesen, dass mit J.-F. Giovanni der ehemalige stellvertretende Direktor der DEZA im Stiftungsrat der FH sitzt. Finanziell konnte sich die FH inzwischen von der Schweizer Regierung emanzipieren. Große Finanzbeträge kommen seit 2000 auch von den Regierungen der USA, der Niederlande, Schwedens, Großbritanniens, Japans, Kanadas, Norwegens, Deutschlands und von der Staatlichen Agentur für die Frankophonie, von der EU und des UNHCR. Im Jahresbericht 2003 der FH tauchen mit dem Nestlé-Konzern und der Swisscom erstmals privatwirtschaftliche Geldgeber auf; 2003 verfügte FH über einen Haushalt von rund 4,5 Millionen Schweizer Franken.

Medienhilfe Ex-Jugoslawien (mh): 1993 als Verein gegründet, war die NGO Medienhilfe Ex-Jugoslawien (mh) in Zürich (seit 2002 nur noch Medienhilfe) zunächst im vorprofessionellen Raum ehrenamtlich mit Geldsammlungen für Medienprojekte im früheren Jugoslawien tätig. Seit dem Kriegsausbruch im Kosovo 1999 professionalisierte sich diese NGO mehr und mehr. Die mh wird vornehmlich von der Regierung der Schweiz finanziert. Anfang des neuen Jahrtausends erhielt sie jährlich einen Betrag von rund 0,5 Millionen Schweizer Franken vom Außenministerium in Bern. Im Beirat der mh saßen damals insgesamt 21 National- und Ständeräte aus der Schweiz. Das Haushaltsvolumen der mh lag 2003 bei rund 1,5 Millionen Schweizer Franken. Für dieses Jahr tauchten als Finanziers der mh außerdem die Soros-Stiftung, die National Endowment for Democracy (NED) und das Deutsche Außenministerium auf. Im folgenden Jahr ging die mh verstärkt auf Spender aus der privaten Wirtschaft zu.

Mit vielen Projekten ist die mh nun seit mehr als zehn Jahren in allen Ländern des Balkans präsent. In Ex-Jugoslawien hat die mh verschiedene Medien unterstützt. In den Anfangsjahren waren es noch vermehrt Printmedien, später dann vor allem Radios und Fernsehstationen. Aufgrund zum Teil sehr intimer Länder- und Kulturkenntnisse hat die mh viele kleine, sinnvolle Medienprojekte im Rahmen von Peacebuilding und Demokratisierung initiiert. Realistisch, historisch und soziologisch zutreffend geht die mh auch davon aus, dass der Kosovo nie eine multiethnische Gesellschaft war und dass insofern dort das Projektziel, ein multiethnisches Medium aufzubauen, nicht sinnvoll ist.

Mehr als kritisch gilt es bei der mh allerdings den Freiheitsbegriff zu hinterfragen. Die Züricher mh unterstützt grundsätzlich nur privatwirtschaftliche Medien, weil sie davon ausgeht, dass es nur bei dieser Organisationsform von Medien eine Freiheit von Zensur und Bevormundung geben könne. Ganz offensiv lehnt die mh öffentlich-rechtliche oder gar kommunale Organisationsformen für eine neue Medienlandschaft auf dem Balkan ab. Mit diesem restringierten Freiheitsverständnis einer Freiheit *von,* nie aber einer Freiheit *für,* übernimmt die mh einen – so möchte man sagen – US-amerikanischen und neoliberalen Freiheitsbe-

griff, wie er – nicht zufällig – zur politischen Philosophie von George Soros – mit dessen Netzwerk sie kooperiert – und seiner zahlreichen Medien- und Internetprojekte überall in Ost- und Südosteuropa passt (Soros 2001). Anders formuliert: Eine der Öffentlichkeit verpflichtete NGO mh leistet massiv einer Privatisierungsstrategie von Medien Vorschub und entfernt sich damit eigentlich von ihrem Selbstverständnis als NGO und gemeinnützigem Verein des öffentlichen Rechts.

Zusammenfassend bleibt für die Aktivitäten von FH und mh und die der Schweizer Regierung in Ex-Jugoslawien jenseits der Legitimitätsfrage eines von außen induzierten sozialen Wandels Folgendes kritisch festzuhalten. 1. Trotz eines gegenteiligen ersten Anscheins ist bei beiden NGOs keine Transparenz ihrer Finanzströme gegeben. 2. Beide NGOs sind weder in ihren Selbstdarstellungen noch bei Kontaktaufnahme zu Selbstkritik fähig. 3. Keines der in Ex-Jugoslawien durchgeführten Medienprojekte wurde (obwohl größtenteils öffentlich finanziert) jemals von dritter Seite evaluiert.[5]

Wie zu zeigen versucht, gab und gibt die Tätigkeit der beiden Schweizer Medien-NGOs auf dem Balkan genügend Anlass zu vielen kritischen Fragen. Solche Fragen nehmen zu, geht man auf zwei weitere, ausgesprochen fragwürdige Ereignisse der Schweizer Medienpolitik im Kosovo ein.

1. Per 1. Oktober 1999 übernahm Eric Lehmann, Präsident der *Schweizerischen Radio- und Fernsehgesellschaft (SRG),* das Amt eines Generaldirektors der öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalt *Radio-Television-Kosovo (RTK).* Gleichzeitig behielt er sein Amt als Präsident der *SRG.* Nach nur neun Monaten gab Lehmann sein Amt im Kosovo wieder auf. Während es in der Schweizer Publizistik rumorte, die Schweizer Regierung habe Lehmann wegen anderer Konflikte aus dem innenpolitischen Schussfeld genommen und ihn vorübergehend im Ausland geparkt, unterstellt ihm Richard Dill, dessen deutscher Vorgänger im Amt eines *RTK*-Generaldirektors, Abenteuerlust und bezweifelt (wohl zu recht), dass man parallel zueinander und verantwortungsvoll Direktor von zwei öffentlich-rechtlichen Rundfunkanstalten sein kann (Dill 2003, S. 149). Trotz Unkenntnis weiterer Details spricht die gesamte Angelegenheit nicht für eine professionelle Medienprojektpolitik.

2. Dass Mitte März 2004 im Kosovo Unruhen mit 33 pogromartigen Krawallen ausbrachen, 19 Menschen getötet und 900 Menschen verletzt wurden, dass mehr als 700 Häuser von Serben und Roma, dass 30 serbisch-orthodoxe Kirchen und zwei serbisch-orthodoxe Klöster zerstört wurden, hängt maßgeblich mit der verheerenden Rolle zusammen, die die öffentlich-rechtliche Rundfunkanstalt *Radio-Television-Kosovo (RTK)* bei diesen Konflikten spielte: Obwohl die Umstände

dieses Ereignisses noch völlig unklar waren, hatte *RTK* am Vorabend der Ausschreitungen die Meldung verbreitet, dass bei Caber drei albanische Kinder von Serben getötet worden seien. In seiner Untersuchung über die Berichterstattung über diese Ausschreitungen macht Robert Gillete, Temporary Media Commissioner im Kosovo, *RTK* den Vorwurf, die Berichterstattung sei »völlig falsch« und »feuergefährlich« gewesen und hätte eine »explosive Atmosphäre« und »patriotische Hysterie« hervorgerufen (Gillete 2004, S. 8 ff.). Abgeschwächt im Ton, kommt eine OSZE-Studie zum gleichen Thema dennoch zur selben Kritik an der *RTK* (Gashi 2004) wie die Studie von Robert Gillete. Und wichtig ist der Hinweis, dass *RTK* zum damaligen Zeitpunkt noch stark von der Schweiz finanziert und kontrolliert wurde.

12.3 »Die Nato als militärischer Arm von Amnesty International«

Anlässlich des dreißigjährigen Bestehens der OSZE veranstaltete die NGO Helsinki Federation for Human Rights in der Wiener Hofburg am 9. September 2005 eine Konferenz. Einer ihrer führenden Vertreter sagte aus diesem Anlass mit großem Nachdruck: »We are the representatives of the civil society!« Das klang wie: »Wir sind das wahre Sprachrohr des Volkes!« Genau diese immer stärker um sich greifende Vermischung der Interessen von NGOs mit einem unterstellten Volonté Général ist das erschreckende Ergebnis eines höchst ideologischen Neusprech der letzten dreißig bis vierzig Jahre. Weder bei der Frage nach einer äußeren Legitimation (etwa durch Wahlen) noch bei der nach einer inneren Legitimation (etwa durch Formen innerparteilicher Demokratie) schneiden NGOs besser ab als andere Gruppen. Bezüglich der finanziellen Transparenz bescheinigt eine Pressemeldung der alternativen Nachrichtenagentur IPS von 2003 den NGOs sogar, dass ihr Finanzgebaren undurchsichtiger als das großer multinationaler Konzerne sei (IPS 2003).

Soziologisch gesprochen handelt es sich bei NGOs um völlig normale Lobbygruppen, vergleichbar einem Verband der Aluminiumproduzenten oder einem Zusammenschluss südfranzösischer Winzer. NGOs konkurrieren untereinander um Geld und Spenden (Knaup 1996; Priller und Sommerfeld 2005; Polman 2005) und um öffentliche Aufmerksamkeit. Genau dies aber ist der wesentliche Grund dafür, weshalb es ihrem Interesse entspricht, Katastrophen und Kriege zu verlängern. Je größer die von den Medien dargestellte Katastrophe (Krieg) erscheint, desto höher ist das Spendenaufkommen für die NGOs. (Man denke hier z. B. an die Sondersendungen *Helft den Opfern des Krieges* in der *ARD* während des Kosovokrieges oder während der Tsunami-Katastrophe Ende 2004/Anfang 2005.) Es

besteht daher ein großes Interesse von NGOs daran, die Medienberichterstattung über Katastrophen/Krisen oder einen Krieg »anzuheizen«. Rony Brauman, früher bei Ärzte ohne Grenzen in Frankreich, beschreibt diesen Mechanismus folgendermaßen: »Den Opfern eine ›helfende Hand‹ reichen heißt, die mörderische Logik eines Systems zu akzeptieren, das ein paar Überlebende zurücklässt, wie um unseren Wertehunger zu stillen. […] Das Spektakel der Hilfe ist mittlerweile an die Stelle der Politik getreten, die punktuelle Linderung des Leidens ersetzt in unserer Fernsehgesellschaft den Kampf gegen das Böse« (Brauman 1995, S. 26 f.).

Armin Stickler kommt in seiner umfangreichen und erfreulich kritischen Dissertation über NGOs zu folgenden Resultaten: Gegen ihr eigenes Selbstbild

> »lassen sich NGOs […] als Diffusionsagenten der ›Rationalisierung der Welt‹ auffassen, die die kontingenzvernichtende Implementierung weltkultureller Prinzipien befördern. Sämtliche Unterstellungen an NGOs, sie seien am Abbau weltgesellschaftlicher Herrschaftsverhältnisse interessiert, greifen daher nicht nur ins Leere, das Gegenteil ist der Fall: NGOs sind maßgeblich daran beteiligt, durch die bewusste Akzeptanz und Reproduktion der globalen, kulturellen und diskursiven Ordnung weltgesellschaftliche Herrschaft zu verfestigen. […] Entgegen den *potentiell* systemsprengenden Möglichkeiten von sozialen Bewegungen sind NGOs in ihrer Gesamtheit maßgebliche Vermittler der universalistisch-ideologischen Grundstruktur der Moderne.« (Stickler 2005, S. 354 f.; Hervorh. im Zitat im Original)

Hatte Stickler in seiner Arbeit noch eine Diskussion über das Verhältnis von NGOs zum Krieg völlig ausgespart, so sollte seine kritische Einordnung von NGOs als wesentliche Interessenten an der Aufrechterhaltung weltgesellschaftlicher Herrschaftsverhältnisse um die ja nun keinesfalls irrelevante Dimension Krieg erweitert werden. Hätte die organisierte Friedensforschung in Österreich und Deutschland auch nur ein kleines historisches kollektives Gedächtnis, dann wäre sie über eine solche Schlussfolgerung alles andere als überrascht.

Denn schon 1967 hatte der renommierte Friedensforscher Johan Galtung seinen Aufsatz *After Camelot* veröffentlicht. In dieser Arbeit kritisierte er das von der US-amerikanischen Regierung und der CIA unter Beteiligung von US-amerikanischen Sozialwissenschaftlern erarbeitete Projekt Camelot, das soziale Veränderungen in Lateinamerika so vorbereiten sollte, dass dort revolutionären und kommunistischen Bewegungen der Boden unter den Füßen weggezogen würde. Galtung kritisierte in seiner Arbeit vor allem die Rolle der Sozialwissenschaftler aus den USA, denen er wissenschaftlichen Kolonialismus vorwarf (Galtung 1979). Ersetzt man den damals im Projekt Camelot benutzten negativen Begriff *insurgent* mit dem heute gängigen Begriff *Terrorist* und/oder *Schurkenstaat* und hält diesem Negativbegriff das positiv besetzte Bild des Sozialingenieurs gegenüber – sei es da-

mals der Sozialwissenschaftler, sei es heute die NGO –, dann bleiben die grundsätzlichen Konflikte, um die es geht, die gleichen.

Qualitativ neu ist es freilich, dass NGOs seit dem Kosovokrieg dazu übergehen, bestimmte Formen kriegerischer Gewalt positiv zu werten. Hatten bereits wichtige Vertreter der Friedensforschung dem Völkerrechtsbruch der NATO im Kosovo zugestimmt (Senghaas 1999, S. 12), so berichtete im Herbst 2003 z. B. ein Editorial der deutschen Sektion von Amnesty International von folgender Diskussion: »Amnesty International hat […] auf ihrer Internationalen Ratstagung in Mexiko beschlossen, zu prüfen, ob sie künftig die Anwendung militärischer Gewalt zur Verhinderung von massiven Menschenrechtsverletzungen im Einzelfall auch unterstützen will« (Müller 2003, S. 3). In enger Kooperation mit der bereits erwähnten Brüsseler NGO International Crisis Group befürwortet eine der weltweit größten und wichtigsten NGOs, nämlich Oxfam aus England, seit Langem schon den Einsatz militärischer Gewalt. Zur Vorbereitung des Milleniums-Gipfels der UN im September 2005 formulierte Oxfam, dass bei »Völkermord oder vergleichbaren Gräueltaten« »die Staatengemeinschaft« »letztendlich auch unter Anwendung militärischer Gewalt« eingreifen können müsse (Oxfam 2005). Es dürfte nicht das letzte Glied in einer immer länger werdenden Kette von Gewaltbefürwortern sein, wenn die Deutsche Bischofskonferenz angesichts des Terrors des sogenannten Islamischen Staats (IS) gegen Kurden am 25. August 2014 erklärte: »[Militärische Maßnahmen] können aber in bestimmten Situationen auch nicht ausgeschlossen werden« (zit. nach Ständiger Rat der Deutschen Bischofskonferenz 2014). Innerhalb der katholischen Kirche bedeutet diese Stellungnahme ein Abrücken von ihrer Enzyklika »Pacem in terris« von 1963, in der sie sich eindeutig und absolut von einer Lehre des gerechten Krieges verabschiedet hatte.

Recht weitsichtig hatte, wie schon erwähnt, der Münchener Soziologe Ulrich Beck bereits während des Kosovokrieges geschrieben, die NATO handele sozusagen »als militärischer Arm von amnesty international« (Beck 1999, S. 17). Man kann die Militarisierung der NGOs wie Beck einfach nur nüchtern-deskriptiv beschreiben. Man kann diese neue Allianz von Militär und NGOs aber mit guten Gründen auch kritisch werten, so wie es z. B. die kanadische Ethnologin Mariella Pandolfi tut. Was man freilich nicht länger kann, ist, so zu tun, als gäbe es diese Allianz nicht. Pandolfi spricht, wie schon erwähnt, aufgrund ihrer Untersuchungen über die Tätigkeit von NGOs in Albanien und dem Kosovo von einer *Menschenrechtsindustrie,* von »gemeinsamen militärisch-ökonomisch-humanitären Aktionen« und davon, dass »Militärstreitkräfte in Kooperation mit multi- und bilateralen Organisationen eine neuartige Form transnationaler Herrschaft« mit »herumvagabundierender Souveränität« entwickeln würden (Pandolfi 2000, S. 97–105).

Benetton in Bosnien

13

Von 1982 bis 2000 arbeitete der Fotograf, Künstler und Werbegrafiker Oliviero Toscani für das italienische Unternehmen Benetton, einen transnationalen Konzern, der nicht nur im Bereich der Mode aktiv ist, sondern sich auch an Supermärkten, Bahnhöfen, Flughäfen und Telekommunikationsgeschäften beteiligt (vgl. Belussi 1987; Holtgrewe 1991, S. 16 ff.). Der Benetton-Konzern steht paradigmatisch für das Geschäftskonzept eines postmodernen Konzerns: Familienunternehmen mit globaler Ausrichtung, junges Unternehmen, Hightech, flexibel, integriertes Warenwirtschaftssystem, Franchise-Verträge mit selbstständigen Subunternehmen, jugendliches Image, multikulturelle Werbung. Ende 2013 verfügte Benetton über weltweit 6 500 Geschäfte in 120 Ländern und einen Jahresumsatz von rund 2,049 Milliarden Euro.

Toscani wurde Mitte der 1980er Jahre durch seine provokativen Benetton-Kampagnen weltweit bekannt. Konsumgüterwerbung machte hier nicht länger Werbung für ein Produkt, sondern prangerte in schockierender Form gesellschaftliche Missstände wie Rassismus, Aids, Diskriminierung von Homosexualität und Behinderung, Natur- und Umweltverschmutzung oder Gewalt und Krieg an. Toscani verband seine Werbung für Benetton mit einer radikalen Kritik an der herkömmlichen Konsumgüterwerbung. Dieser Werbung machte Toscani folgende Vorwürfe: teuer, sozial schädlich, lügnerisch, dumm, rassistisch und ausländerfeindlich, verführerisch, frustrationsfördernd, spracharm, nicht kreativ, nicht innovativ. Zusammenfassend polemisch formulierte er: »Die Werbung ist ein parfümiertes Stück Aas. Von gerade Verstorbenen heißt es häufig: ›Er hat sich gut gehalten, man könnte meinen, er lächle uns an.‹ Das Gleiche lässt sich von der Werbung sagen. Sie ist tot, aber sie lächelt beständig.« (Toscani 1996, S. 37)

Das Thema Krieg thematisierte Toscani zum ersten Mal kurz nach Ausbruch des Zweiten Golfkriegs im September 1991 mit dem Foto eines französischen Sol-

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_13,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

datenfriedhofs aus dem Ersten Weltkrieg in den beiden italienischen Tageszeitungen *Corriere della Sera* und *Il Sole 24 Ore.* Andere italienische und ausländische Zeitungen verweigerten den Abdruck, beim *Stern* in Hamburg hieß es, man habe »böse Erfahrungen mit dem Soldatenfriedhof« gemacht.

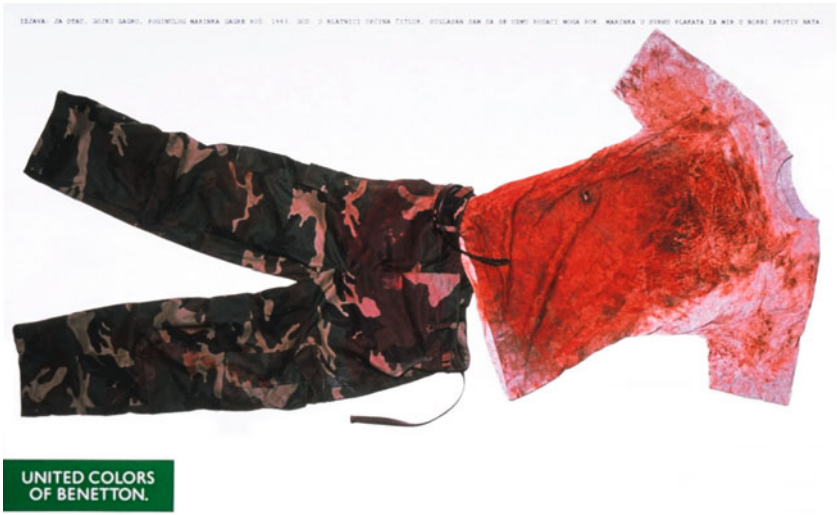
Viel drastischer noch als dieses war sein zweites Antikriegsplakat von 1994, nämlich das mit dem Motiv der Uniform des Soldaten Marinko Gagro. Dieses Plakat zeigt eine auf dem Boden ausgebreitete Drillichhose und ein rosafarbenes blutverschmiertes T-Shirt samt Einschussloch – unten links am Rand das Benetton-Label. Über dem Plakat steht der Text: »Ich, Gojko Gagro, Vater von Marinko Gagro, geboren 1963 in Blatnica, Gemeinde von Citluk, wünsche, dass der Name meines toten Sohnes Marinko und alles, was von ihm geblieben ist, für den Frieden und gegen den Krieg verwendet wird.«

Der weltweite Protest, den das als Tabubruch empfundene Motiv dieses Plakates auslöste, war noch heftiger als bei Toscanis erstem Antikriegsplakat. Die *Los Angeles Times* verweigerte einen Abdruck unter Hinweis auf das Gewaltpotenzial dieser Anzeige, *Le Monde* und *Le Figaro* boykottierten dieses Motiv, UNICEF in Genf warf Toscani vor, »den Schrecken der Welt zu instrumentalisieren«, eine deutsche NGO ließ rechtlich prüfen, ob Benetton mit diesem Plakat den Bosnienkrieg zu Gewinnzwecken ausbeute, die in Göttingen ansässige Gesellschaft für bedrohte Völker sah in diesem Plakat einen Verstoß gegen die UN-Konvention zur Verhütung von Völkermord, und Jacques Séguéla, französischer »Werbepapst« und Chef Creative Officer von Havas Advertising, eine der größten Werbeagenturen der Welt, nannte dieses Plakat das »abstoßendste jemals veröffentlichte Werbeplakat«.

Freilich gab es auch Zustimmung zu diesem Plakat, besonders von der Design-Gruppe TRIO in Sarajevo, aber auch von einem (unbekannt bleiben wollenden) Waschmittelhersteller, der das blutverschmierte T-Shirt in einer Fotomontage gereinigt hatte, um auf die Wirksamkeit des beworbenen Produktes aufmerksam zu machen. Allerdings wurde dieses von der Werbeagentur J. Walter Thompson entworfene makabre Plakat zur Veröffentlichung nicht freigegeben.

Oliviero Toscani erhielt für seine Arbeiten in vielen Ländern den Jahrespreis für den besten Art Director (Österreich 1989, Deutschland 1991), darunter 1994 vom Art Directors Club of New York die sogenannte Management Medal für seine das soziale Gewissen aufrüttelnde Werbebotschaften. Aus Toscanis Kritik an der herkömmlichen Konsumgüterwerbung leitet sich die Zielsetzung für seine eigene Arbeit ab. Da er unterstellt, dass normale Werbung die Wirklichkeit ausblendet, will er mit seiner Kunst »die Realität sponsern«. »Sobald der Schock durch das Bild einsetzt, schweigt die Werbung, die Bedeutung bleibt offen, die Interpretation ebenso. […] Die Botschaft von Benetton ist die Diskussion. Die Botschaft ist die ausgelöste Kontroverse« (Toscani 1996, S. 86).

Abbildung 13.1 Das Benetton-Plakat *Marinko Gagro* von Oliviero Toscani (1994)



Quelle: http://3.bp.blogspot.com/-mfgwT_NoERk/UnfjJS3_5VI/AAAAAAAAAoE/8QIDgfkuwAc/s1600/toscanisarajevo.jpg; letzer Abruf am 30. April 2015

Überblickt man die internationale Diskussion über die soziale Bedeutung von Werbung der letzten Dekaden, dann gehören einerseits Oliviero Toscani und andererseits Frédéric Beigbeder mit seinem Roman *Neununddreißig neunzig* (2001) zu den schärfsten Kritikern der Werbebranche, und zwar von innen heraus, nicht als kulturpessimistische Kritiker von außen, wie einst Vance Packard mit seinem Buch *Die geheimen Verführer* von 1957.

Toscanis Arbeit war und ist ein Markstein berechtigter Werbekritik und an seinen provokanten Grenzüberschreitungen kann eine grundsätzliche Neudefinition von Werbung nicht mehr vorbeigehen. Überspitzt formuliert: Verhindert die Infiltration von herkömmlicher PR in den herkömmlichen Journalismus dort jegliches Erkennen von Realität, so kommt die Realität durch provokante PR in provokanter Werbung zurück.

Aber: Sieht man sich Toscanis Selbstaussagen zu diesem Plakat des Soldaten Marinko Gagro ideologiekritisch im Kontext des Bosnienkrieges an, dann erscheint dieses Antikriegsplakat in einem anderen Licht. Zunächst einmal ist der Zeitpunkt wichtig, an dem dieses Plakat entstand, nämlich im Februar 1994. Zu diesem Zeitpunkt erhielt Toscani die Kleidungsstücke vom Vater des getöteten

Abbildung 13.2 Das durch die Werbeagentur J. Walter Thompson verfremdete Benetton-Plakat *Marinko Gagro* von Oliviero Toscani



Quelle: Zwangsleitner 1997, S. 173

Soldaten, einem Kroaten, mit der Bitte zugeschickt, diese Hinterlassenschaft seines Sohnes »für den Frieden und gegen den Krieg« zu benutzen. Wissen muss man in diesem Kontext, dass der Februar 1994 von herausragender Bedeutung in der Geschichte des Bosnienkrieges war: Zum einen war die Weltöffentlichkeit gerade vom ersten sogenannten Marktplatz-Massaker am 5. Februar 1994 in Sarajevo erschüttert worden, zum anderen gab es am 28. Februar 1994 den ersten scharfen NATO-Beschuss von vier serbisch-bosnischen Flugzeugen. Und Toscani lässt sich mit seinem Plakat und zu diesem Zeitpunkt völlig unkritisch von der herkömmlichen medialen Wahrnehmung des Bosnienkrieges vereinnahmen. Er übernimmt vom Vater des getöteten Soldaten unkommentiert dessen Selbstaussage, dass dieser »von den Serben getötet« worden sei, er ist stolz darauf, »dass das Bild um die Welt gegangen ist, dass es das Bewusstsein der Amerikaner aufgerüttelt hat, die zögerten, sich in Ex-Jugoslawien zu engagieren«. Und aus der Sicht von Oliviero Toscani hat dieses Bild »zur großen Debatte über die Beibehaltung des Waffenembargos gegen die Bevölkerungsgruppen beigetragen, die unter dem Trommelfeuer der Serben lagen.« Das Bild habe »überall den Schrecken dieses Krieges wieder

in Erinnerung gerufen, der den Frieden in Rest-Europa, wenn nicht den der Welt bedroht« (Toscani 1996, S. 90).

Wie moralisch berechtigt auch Toscanis allgemeine Anklage gegen Krieg, institutionalisierte Gewaltakte und Tod gewesen sein mag, so sehr macht der konkrete politische Kontext des Marinko-Gagro-Plakates deutlich, dass sie keinesfalls kritisch ist. Im Gegenteil. Dieses Plakat ästhetisierte die (bildlich abwesenden) Serben zu Mördern und forderte die Weltgemeinschaft indirekt dazu auf, endlich einzugreifen. Vor dem Hintergrund der blutigen Ereignisse in Bosnien im Jahre 1994, wie etwa dem Marktplatz-Massaker im Februar, das weltweit Empörung auslöste und der Identifizierung der Serben als Alleinschuldige bzw. ihrer Kriegsgegner als ihnen hilflos ausgelieferte Opfer diente, erscheint Toscanis Plakat als Anklage gegen die passive Haltung vor allem der westlichen Staatengemeinschaft und als ein Aufruf zum Handeln. Und Handeln hieß damals in den intellektuellen und Künstlerkreisen des Westens, Waffenlieferungen an die serbischen Kriegsgegner zuzulassen und/oder militärisch zu intervenieren.

Heute weiß man, dass sich insbesondere die US-amerikanische Regierung diesem öffentlichen Druck offiziell – zunächst – nicht beugen wollte, heimlich jedoch iranische Waffenlieferungen über Kroatien an die bosnischen Muslime nicht nur zuließ, sondern auch aktiv förderte. Die Unterstützung der Muslime in Bosnien war die Folge dieser strategischen Wende im Jahre 1994: Vermittelt durch ein äußerst seltsames Bündnis der Regierungen Deutschlands, des Iran und der USA wurde im März 2004 in Washington eine kroatisch-muslimische Allianz gegen die Serben geschmiedet und zu einer schlagkräftigen Kriegspartei aufgerüstet.

Im Kontext der Balkankriege in Ex-Jugoslawien vermittelt Toscanis Plakat auf den ersten Blick die typische Botschaft eines aufgeklärten westlichen Liberalen. Seine weltmännische und elegant-universalistische Perspektive zwingt ihn fast zu einer pazifistischen Antikriegsattitüde: Kriege sind selbstverständlich zutiefst grausam, passen nicht in das 20. Jahrhundert, schon gar nicht »mitten in Europa« (stören übrigens die Geschäfte) und sind unästhetisch, eben blutverschmiert. Auf den zweiten Blick freilich enthüllt dieser Universalismus sein spezielles Moment. Es ist das im Laufe der Kriege in Ex-Jugoslawien nur allzu bekannte antiserbische Feindbild. Schließlich sind die Mörder des Kroaten Marinko Gagro Serben.

Peter Handke, poetischer Tabuverletzer der gängigen Political Correctness gegenüber Serbien (Ebert 2002), hat genau diese Positionierung von Benetton in seinem Theaterstück *Die Fahrt im Einbaum oder Das Stück zum Film vom Krieg* aufgespießt, wenn auch nur in einer kleinen Nebenbemerkung – aber sein ganzes Stück lebt ja von der Aneinanderreihung von kleinen Nebenbemerkungen und -sächlichkeiten. Ganz zu Anfang von Handkes Drama hält ein US-amerikanischer Kriegsfilmregisseur seine ersten Eindrücke auf dem Balkan mit folgenden Worten fest:

»Mit dem Eintritt ins Land hätte ich nicht mehr sagen können, wo ich war. Nicht bloß kein Schimmer von meinen Vereinigten Staaten: auch ein Europa – ist das denn überhaupt ›Europa‹? ›Asien‹ ist es auch nicht? was ist es –, wie es sich meine Amerikaneraugen nie hätten träumen lassen. Nicht, dass ich mir etwa das Grün meines Altvordern-Irland erwartet hätte, oder Ihre spanische Hochlandsteppe, Luis, oder das Matterhorn, oder den Himmel über Delft, oder eine Audienz beim Papst. Aber doch wenigstens hier und da einen kleinen Hinweis auf Universelles, auch bloß ein internationaler Firmenname – es muss ja nicht ›Benetton‹ sein.« (Handke 1999, S. 12)

Mirko: Eine kostenlose Jugendzeitschrift der NATO

14

Das sehr aktive Interesse des Militärs an der Jugend ist alt. Stets ging und geht es dem Militär darum, junge Menschen so wie früh wie möglich für die eigenen Ziele einzunehmen. So heißt es beispielsweise 1915 bei dem Wiener Pädagogen Richard Rothe: »Die Begeisterung der Kinder umfasst alles, was mit dem Kriege nur irgendwie in Zusammenhang steht. Mit derselben Freude, mit der Kriegsbilder gezeichnet werden, werden auch für unsere Soldaten im Felde Zigaretten gestopft oder Papiersohlen geschnitten und genäht und in wenigen Tagen ist ein ganzes Regiment damit versehen. Wenn die Feldpost ein Dankschreiben von den Schlachtfeldern in die Klasse bringt, dann ist eines jeden Schülers Brust von hohem Stolzgefühl geschwellt« (Rothe 1915, S. 10 f.).

Mögen sich auch im Laufe der Zeit die Medien und deren Formsprache ändern, so bleibt das Interesse des Militärs an der Jugend bestehen, auch und gerade seit den Kriegen in Bosnien und Herzegowina, dem Kosovo, Afghanistan und dem Irak. So heißt es in einer 2002 vom Council on Foreign Relations erarbeiteten Studie zur Reform der US-amerikanischen Public Diplomacy und gegen den *Krieg gegen den Terrorismus,* dass Nichtregierungsorganisationen, Frauen und insbesondere Jugendliche die bevorzugte Zielgruppen zur Verbesserung des außenpolitischen Images der USA seien (Peterson 2002).

Diese Zielsetzung schlägt sich zum Beispiel in dem Magazin *Hi* nieder, das Anfang des neuen Jahrtausends vom US-amerikanischen Außenministerium für Jugendliche in den arabischen Ländern produziert wurde. Sowohl der von den USA im Nahen Osten finanzierte und seit dem Frühjahr 2002 sendende Radiosender *Sawa* mit arabischer und westlicher Pop-Musik als auch *Hi* wollen arabische Jugendliche ansprechen, um sie für den American Way of Life zu gewinnen. Absichtlich enthält diese Zeitschrift keinerlei politische, sondern nur Lifestyle-Artikel, die dem arabischen Jugendlichen ein konsumfreundliches, lockeres und heiteres Bild der multikulturellen Gesellschaft in den USA vermitteln wollen.

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_14,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Die von den USA inzwischen systematisch betriebene Medienarbeit für Jugendliche in Nachkriegsgesellschaften findet sich ähnlich rund um den Bosnien- und den Kosovokrieg, also 1992/95 respektive 1999 in zwei verschiedenen Formen. Zum einen als kriegsrelevante Propaganda *von* Jugendlichen und zum anderen als Propaganda *für* Jugendliche. Stellvertretend für den Bosnienkrieg ist hier an das Tagebuch des kroatischen Mädchens Zlata Filipović zu erinnern, das zum ersten Mal 1993 unter dem Titel *Le Journal de Zlata* veröffentlicht wurde und später im ideologischen Umfeld der antiserbischen französischen Fotografin Alexandra Boulat zu einem wichtigen pro-westlichen Propagandainstrument wurde. 1995 kam es schließlich sogar zu einem persönlichen Treffen von Zlata mit dem damaligen US-amerikanischen Präsidenten Bill Clinton. Für den Kosovokrieg steht hier der in den USA veröffentlichte Internet-Briefwechsel zwischen dem albanischen Mädchen Adona (d. i. Kujtesa Bejtullahu) und dem kalifornischen Studenten Finnegan Hamill vom Januar 1999 als eine gemeinsame PR-Aktion des *National Public Radio (NPR)* und des *Cable News Network (CNN)* (Savich 2007; Youth Radio 1998).

In Bosnien und Herzegowina war die Stabilisation-Force der NATO (SFOR) für vielfältige Medienaktivitäten zuständig, darunter auch für sogenannte »psychological operations« (PSYOP). Im Rahmen dieser PSYOP-Strategie konzentrierte sich die NATO auf fünf Medienprodukte: 1. Die Zeitung *Herald of Peace,* 2. verschiedene Radiosender, 3. TV-Spots, 4. Plakate und Handzettel und 5. die Jugendzeitschrift *Mirko.*

Die Zeitschrift *Mirko* wurde schon im Juni 1996 ins Leben gerufen, und zwar zunächst vom deutschen Bundeswehrbataillon für Operative Information (OPINFO) in Mayen in der Eifel, einem Bataillon, das eng mit der früheren Schule für Psychologische Verteidigung in Euskirchen zusammenarbeitete. *Mirko* wandte sich an die Altersgruppe der 12- bis 18jährigen Jugendlichen. Die Zeitschrift erschien in Vierfarbdruck, monatlich und kostenlos, zunächst in einer Auflage von 100 000, später von 160 000 Exemplaren. *Mirko* gab es in drei Varianten: Englisch, Deutsch und Serbokroatisch (sowohl im lateinischen als auch im kyrillischem Alphabet). 90 Prozent der Auflage waren in Serbokroatisch. Die englische und die deutsche Ausgabe wurden für den fremdsprachigen Schulunterricht in Bosnien und Herzegowina produziert. Waren Redaktion und Druckerei von *Mirko* zu Anfang in Deutschland ansässig, so befanden sich beide später in Sarajevo. Die Redaktion von *Mirko* bestand aus einem der Deutschen Bundeswehr angehörigen Chefredakteur und einigen journalistischen Mitarbeitern. Das Magazin wurde in Schulen, auf öffentlichen Plätzen und durch die Schulämter verteilt.

Erhebliche Verteilungsprobleme gab es mit *Mirko* in der Republika Srpska, da die Zeitschrift von der dort lebenden serbischen Bevölkerung als NATO-Magazin wahrgenommen und abgelehnt wurde. Nach zehn Jahren stellte *Mirko* sein Erscheinen mit einem letzten Heft im Mai 2006 ein.



Abbildung 14.1 Umschlagbild des NATO- Jugendmagazins *Mirko* in Bosnien-Herzegowina



Abbildung 14.2 Umschlagbild des US-amerikanischen Jugendmagazins *Hi* in arabischen Ländern

Mirko war wie *Hi* ein unpolitisches Pop- und Lifestyle-Magazin. Tabuthemen waren Religion, explizite Politik und Nationalismus. *Mirko* bot dem jugendlichen Leser eine Mischung aus Inhalt und sozialer Aktion. Inhaltlich konzentrierte sich das Pop-Magazin auf folgende Themen: Sport, Musik (und hier besonders die internationale Pop-Szene), Kino und Veranstaltungen. Vorbilder aus Musik und Sport sollten den Jugendlichen helfen, »differenziert zu denken«, den »nationalistischen Tunnelblick« zu verlassen, sich für »tolerance and peace« zu engagieren, eine »Balance zwischen den Ethnizitäten« einzuhalten und der Gefahr einer weiteren »Abwanderung aus Bosnien und Herzegowina« entgegenzuwirken (zit. nach Vuckovic 2014, S. 5). Spannend waren diese Inhalte vor allem wegen der von *Mirko* gleichzeitig angebotenen sozialen Aktionen, also einem Angebot an Konzerten, Wettbewerben, Fremdsprachenunterricht, Radioshows und sogenannten *Mirko*-Parties.

Eine dieser typischen sozialen Aktionen der PSYOP-Einheit in Sarajevo war das seit dem Jahr 2000 stattfindende spezielle Childrens Programme beim jährlichen Sarajevo-Filmfestival. Alle NATO-Soldaten trugen dann ein von der SFOR entworfenes T-Shirt mit einem Pinguin. Mit großem logistischen Aufwand transportierte die SFOR Schulkinder verschiedener Altersgruppen aus allen Teilen von Bosnien und Herzegowina mit Bussen nach Sarajevo. Dort erhielten alle Kinder Geschenke, d. h. Malbücher, Malstifte und eben auch *Mirko.* Am Eingang des Obala-Zentrums war ein Tisch des SFOR-Senders *Radio Mir* aufgebaut, der mit einem uniformierten DJ Rap-Musik spielte. Vor jedem Film gab es eine Ansprache der Leiter des Kinderfestivals und der örtlich verantwortlichen SFOR-Person.

Im Kontext des Bosnienkrieges passte die Themenwahl von *Mirko* gut zu dem ideologischen Angebot in Zlata Filipović' Buch *Le Journal de Zlata* – auch in diesem geht es um internationale Pop-Kultur, MTV, Madonna und Michael Jackson. Und so schließt sich denn mit *Mirko* und dem *Le Journal de Zlata* ein ideologischer Zirkel von Medien von Jugendlichen mit Medien für Jugendliche. Vergleicht man *Mirko* außerhalb des Bosnienkrieges mit der *Bravo,* dem seit 1956 existierenden größten und klassischen deutschen Pop-Magazin für Jugendliche, dann schließt sich ein weiterer ideologischer Zirkel. Wagte sich die unpolitische und zivile *Bravo* in Heft 52/2003 zum ersten Mal mit einem Artikel über eine Hubschrauberpilotin der Bundeswehr mit einem Artikel hervor, der explizit das Militär thematisierte, so verzichtet das unpolitische militärische *Mirko* auf solche Beiträge. Das Theorem des »Politischen im Unpolitischen« (Siegfried Kracauer) strebt in der gegenwärtigen Hochzeit von Infotainment und Militainment durchaus seiner Verfeinerung entgegen.

Ob die Zeitschrift *Mirko* nach zehnjähriger Tätigkeit in Bosnien und Herzegowina ihre Ziele erreicht hat, muss offen bleiben, zumal die deutsche Bundeswehr

jegliche Informationen über diese Zeitschrift mit dem absurden Hinweis auf militärische Geheimhaltung verweigerte. Skepsis ist freilich mehr als angebracht und das aus folgenden Gründen. 1. Mit der Musikzeitschrift *Dzuboks* gab es in Bosnien und Herzegowina vor dem Krieg eine Jugendzeitschrift, die nicht einem einzigen Musikstil verpflichtet war, die ein ausgesprochen hohes Niveau hatte, die in jugendgerechter Sprache geschrieben und die genau deswegen sehr erfolgreich und beliebt war. Es darf bezweifelt werden, ob *Mirko* in einer historisch solchermaßen vorgeprägten Jugendkultur erfolgreich sein konnte. 2. Die im Dayton-Abkommen formulierte politische Perspektive eines friedlichen multiethnischen Miteinanders für alle Menschen in Bosnien und Herzegowina hat sich bis auf den heutigen Tag so gut wie nicht verwirklicht. Möglicherweise wäre eine politische Perspektive des friedlichen multiethnischen Nebeneinanders für alle Menschen in Bosnien und Herzegowina der historischen Erfahrung der dort lebenden Menschen adäquater gewesen. Dann freilich hätte auch das inhaltliche Angebot der vom Westen kontrollierten Medien in Bosnien und Herzegowina anders aussehen müssen. 3. Ein kommerzielles Medienangebot, das auf den permanenten hedonistischen Lust- und Kaufanreiz mit westlichem Pop, Mode und Sport setzt, wirkt nur auf den ersten Blick befriedend und identitätsstiftend. Bei näherem Hinsehen und auf lange Sicht erweisen sich genau diese Medienangebote als hinderlich für eine gereifte Identitätsbildung, als förderlich für Aggression und ungehemmtes Ausleben von sadistischen Trieben und als wesentliches Moment für Apathie, Dumpfheit und gesellschaftliches Desinteresse.

Eine Evaluierung der Medienpolitik in Bosnien und Herzegowina durch die US-amerikanische Militärwissenschaftlerin Pascale Combelles-Siegel für das US-amerikanische Verteidigungsministerium kommt zu vier recht ernüchternden Ergebnissen. Zum einen gibt es keinerlei Konsistenz in der Medienpolitik der fünf internationalen Organisationen sowie der großen internationalen geldgebenden Institutionen in der Medienpolitik (EU, USAID, Soros-Foundation usw.) und zum anderen ist der Medienmarkt von Bosnien und Herzegowina restlos verstopft und übersättigt. Gab es vor dem Dayton-Abkommen in Bosnien und Herzegowina nur wenige eigenständige publizistische Einheiten, so gab es Mitte 1997 auf dem Territorium von Bosnien und Herzegowina allein 156 Radio- und 52 TV-Sender. Dieses Phänomen der Marktübersättigung ist auch aus dem Kosovo gut bekannt. Es steht für das Phänomen von von außen kommenden Projekten, also solchen Projekten, die eine spezifische Funktion für die Geldgeber, aber nichts oder nur wenig mit den endogenen Bedürfnissen einer Zielgruppe im Empfängerland zu tun haben. Als drittes Ergebnis hält Combelles-Siegel fest, dass das Geld, das der Westen für Medienprojekte in Bosnien und Herzegowina ausgegeben hat, bei Weitem zu wenig war, um die selbst gesteckten und hoch ambitionierten Ziele erreichen zu können. Viertens heißt es bei der Autorin, dass viele westliche Medienprojek-

te in Bosnien und Herzegowina zu US-amerikanisch seien und dass sie zu wenig Rücksicht auf lokale Kulturen und sprachliche Eigenheiten nehmen würden (Combelles-Siegel 1998, S. 169 ff.). Diese vier Kritikpunkte gelten auch für *Mirko* (ausführlich dazu Vuckovic 2014).

IV. Gender

Einleitung

Bravourös hat Andrea Nachtigall, Pädagogin und Professorin für Theorien und Methoden Sozialer Arbeit an der Katholischen Hochschule für Sozialwesen Berlin, in ihrer umfangreichen Studie *Gendering 9/11. Medien, Macht und Geschlecht im Kontext des »War on Terror«* (Nachtigall 2012) einen Aspekt im Diskurs über Medien und Krieg herausgearbeitet, der bislang fast völlig ausgeblendet wurde, nämlich den einer sehr genderspezifischen Brille bei Berichten über Kriege. Überlagert durch eine spezielle Variante der Islamophobie mit ihrem ständigen Reden und Schüren von Ängsten über die *verschleierte Muslima,* ist dieser Diskurs sowohl rassistisch als auch gewalt- und kriegsfördernd, bildet er doch die ideologische Folie für die im Völkerrecht fragwürdige Argumentation einer *Responsibility to Protect* (R2P) und für die moralisch ebenso fragwürdige Position eines gerechten Krieges.

Eine kriegsförderliche Genderlogik zeigt sich in der Kriegsberichterstattung nicht nur bei Kriegen im Nahen Osten, sondern zieht sich wie ein roter Faden inzwischen auch durch viele Berichte über Entwicklungsländer. Die Länder Asiens, Afrikas und Lateinamerikas werden nach zwanghaft-rigiden Maßstäben danach eingeteilt und bewertet, ob sie frauenförderlich oder frauenfeindlich sind. Nicht die notwendige Berücksichtigung frauenspezifischer Erfahrungen, Sachverhalte und Sichtweisen ist das Problem, sondern das der rigiden Eindeutigkeit, mit der man/frau so sicher ist, wie die Situation von Frauen in einem bestimmten Land einzuordnen und zu bewerten ist. Vergleichbar dem stets eindeutig antikommunistischen Freiheitsindex von Freedom House, bei dem nur rund 40 Länder dieser Erde die Gnade finden, zu den »freiheitlichen« Ländern gezählt zu werden, ist auch die Genderlogik der westlichen Medien: Afrika, der Nahe Osten und Asien fallen durch deren Raster durch, denn Frauen aus diesen Ländern stehen zunächst einmal und grundsätzlich unter Opferverdacht.

Völlig fragwürdig wird die Genderlogik in der Kriegsberichterstattung freilich dann, wenn feminine Selbstverwirklichung und Autonomie dazu herhalten müssen, einer Kriegslogik der Gleichberechtigung zu folgen, nach der die Rolle als Soldatin als Krönung von weiblicher Emanzipation gefeiert wird. Auch wenn Theodor W. Adornos Sentenz aus seiner Schrift *Minima Moralia* inzwischen überstrapaziert wurde, so kann und muss an dieser Stelle doch konstatiert werden: »Es gibt kein richtiges Leben im falschen.«

Diese mehr als fragwürdige Instrumentalisierung von Frauen in der Bildsprache von Soldatinnenfotos kennt im Übrigen ihre historischen Vorläufer, und zwar in den Arbeiten von Edward Bernays, einem der Väter der US-amerikanischen PR (und Neffe von Sigmund Freud). Hatte Bernays mit seiner Kampagne »Make the world safe for democracy« im Auftrag der US-Regierung 1917 Hassbilder erfolgreich für einen Eintritt der USA in den Krieg gegen Deutschland eingesetzt, so ließ er 1929 im Auftrag der Zigarettenfirma *Lucky Strike* auf New Yorks Fifth Avenue als Suffragetten verkleidete Frauen rauchend lustwandeln. Zigaretten sollten auf diese Weise erfolgreich zu einem Symbol weiblicher Emanzipation werden.

»Der Bart muss ab!«

Zur Geschlechterlogik in der Afghanistan-Berichterstattung

15

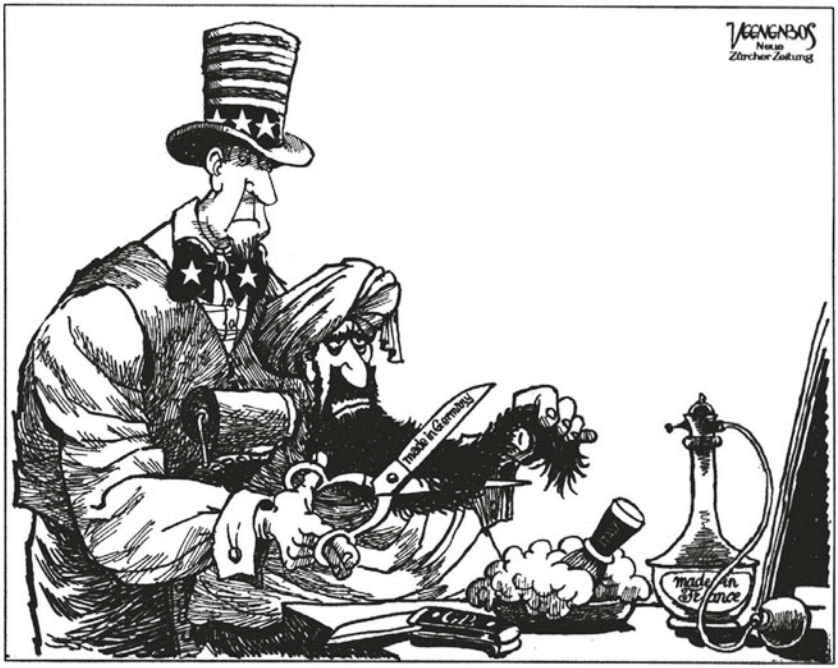
Die Berichterstattung über den Islam im Allgemeinen und Afghanistan im Besonderen kennt eine sehr dezidierte Geschlechterlogik. Für das Frauenbild galt vor dem Krieg: Verschleierung. Nach dem Krieg gilt bis auf den heutigen Tag: strahlende, lachende Frauengesichter. Für das Männerbild galt vor dem Krieg: lange Bärte. Und nach dem Krieg gilt bis auf den heutigen Tag: glatt rasierte Männer, die glücklich in die Kamera schauen.

Vor diesem Hintergrund muss eine Karikatur des österreichischen Karikaturisten Jean Veenenbos gesehen werden, die dieser in der *Neuen Zürcher Zeitung (NZZ)* in der Ausgabe vom 10./11. November 2001 veröffentlichte (Abbildung 15.1). Unter der Überschrift *Europas Fronteinsatz* sieht man im Bild links eine große Figur von Uncle Sam, hinter einem Friseurstuhl stehend. Im Stuhl sitzt ein langbärtiger Mann mit Turban (offensichtlich ein Taliban), dem Uncle Sam mit einer großen Schere den Bart abschneidet. Auf der Schere kann man lesen *Made in Germany,* auf einem Parfüm-Flacon steht *Made in France,* auf dem Rasierpinsel steht *Italy* und auf dem Rasiermesser findet man als Gravur die Schrift *GB*. Was als politische Kritik an einer als schlaff empfundenen europäischen Beteiligung am Afghanistankrieg daherkommt, in der ein US-Amerikaner mit der Schere die grobe Drecksarbeit leistet, während die Europäer ihren Kleinkram im Friseursalon schon als Fronteinsatz empfinden, steht sowohl als Karikatur als auch als Realität in einer sehr langen, Menschen verachtenden und mehr als inhumanen Tradition. Diese soll hier analysiert werden.

Zwischen den nur zwölf Haaren des westfränkischen Kaisers Karls des Kahlen (823–877) und dem Bart von Kaiser Rotbart, genannt Barbarossa (1125–1190), der in der Kyffhäuser-Sage rot wie Feuer glüht und durch einen Tisch hindurch wächst, kennt die deutsche und internationale Symbolgeschichte vielfältige Bartmotive. Und dass man im islamischen Raum *beim Barte des Propheten* schwören kann, dass weiß jeder Karl-May-Leser in Deutschland (May 1996, S. 501).

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_15,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Abbildung 15.1 Afghanistan-Karikatur von Jean Veenenbos (2001)



Europas Fronteinsatz.

Quelle: Neue Zürcher Zeitung, 10./11. November 2001, S. 2

Im gesamten islamischen Bereich kommt Mohammeds Bart eine außerordentlich große symbolische Bedeutung zu. Über diese schreibt der Schweizer Volkskundler Max Matter: Die symbolische Bedeutung

> »gilt zuerst für seinen eigenen Bart, noch erhaltenen Haaren aus dem Barte des Propheten oder was dafür ausgegeben wird. Schon bald nach seinem Tod galten Haare aus dem Bart des Propheten als wichtige Reliquien. Die osmanischen Herrscher [in Istanbul] begründeten ihren Anspruch auf die Kalifenwürde […] über den Besitz solcher Reliquien. […] Mohammed soll seine erste Offenbarung im vierzigsten Altersjahr gehabt haben. Daher nehmen viele Männer ab dem vierzigsten Lebensjahr ihre religiösen Pflichten ernster und lassen sich zum äußeren Zeichen ihres inneren Wandels einen Vollbart wachsen. Der Bart, so wird gesagt, erinnere einen stets daran, dass man nun

> ein gestandener Mann sei und sich auch dementsprechend zu verhalten habe. Der Bart ist Zeichen des Alters, und dem Bartträger ist Achtung zu zollen, er andererseits muss sich ihrer würdig erweisen.« (Matter 1992, S. 116 ff.)

Unter dem Stichwort Haar schreibt die deutsche Orientalistin Annemarie Schimmel im Lexikon *Die Religion in Geschichte und Gegenwart:* »In Arabien war das Zeichen des Freien die Stirnlocke, deren Bedeutung als pars pro toto noch aus Sure 6, 13 erkennbar ist. Scheren von Haaren und Bart galt als entehrende Strafe« (Schimmel 1986, Spalte 1). Negativ gewendet taucht das islamische Bartmotiv auch in der russischen Sprache auf: Tschornyj heißt im Russischen zwar nur schwarz, meint als umgangssprachliches Schimpfwort aber weitaus mehr, nämlich fremd, undurchsichtig, Die-aus-dem-Kaukasus-Stammenden, Muslime, Terroristen, die Dreckigen und schließlich die Bärtigen.

Was Annemarie Schimmel für den islamischen Raum beschreibt, gilt nicht viel anders für Bayern und Österreich. Das dort benutzte Schimpfwort *G'scherter* (Geschorener) meint ursprünglich den Unfreien und den Sträfling, die beide die Haare nicht lang tragen durften. *G'scherter Hund* ist eine Beleidigung, weil damit ein ehrloser, ein rücksichtloser und zu allen Gemeinheiten fähiger Mensch gemeint ist. Der *G'scherte* war im bayerisch-österreichischen Kulturraum auch der Bauer, also der, der in der sozialen Hierarchie des mittelalterlichen Feudalismus ganz unten angesiedelt war. So teilt uns gleich zu Beginn seines sozialkritischen Versromans *Meier Helmbrecht* (ca. 1250) dessen mittelhochdeutscher Dichter Wernher der Gärtner mit, dass Helmbrechts Haar »reide unde val« war und »ob der ahsel hin ze tal mit lenge ez volleclîchen gie«: »Sein lockiges blondes Haar fiel über die Schultern herab« (V. 11–13). Nach der damaligen Ordnung war einem Bauern das Tragen langer Haare verboten. Nicht nur waren lange Haare ein Privileg des Adels, deutlich klingt im *Meier Helmbrecht* auch eine ethnische Komponente an. Mit Haartracht, Kleidung und Sprache wollte der österreichische Bauer Helmbrecht Vorbildern aus dem französischen Adel nacheifern.

Zurück zur Gegenwart. Die hinter der gängigen Afghanistanberichterstattung stehende Geschlechterlogik kannte und kennt für die afghanische Frau nur die Burka, für den afghanischen Mann nur den Vollbart. Beschrieb die Presse während des Bürgerkrieges von 1989 bis 2001 beispielsweise den Taliban-Botschafter Saif in Islamabad als »Medienstar mit Bart und Turban« (Haubild 2001, S. 6), so zeigte sie ab 2001 Fotos von fröhlichen, entschleierten Frauen als Beleg für die Durchsetzung von Frauenrechten und Bilder aus Kabul mit lachenden bartlosen afghanischen Männern: »Frauen können wieder freier leben und sind nicht länger gezwungen, die Burka zu tragen; Männer genießen die neue Freiheit, in aller Öffentlichkeit Bärte abrasieren zu dürfen« (Moss 2001, S. 35) – das meldete voller Gewissheit *Die Woche* nach dem Bürgerkrieg. Freilich stellt sich mit aller Schärfe

und Dringlichkeit die Frage danach, wer wem ohne oder mit Gewaltanwendung (meistens physischer Natur) den Bart abschneidet. Denn eindeutig ist eine kulturvergleichende Geschichte des Bartabschneidens eine fortdauernde Geschichte von Gewalt, Entwürdigung und Entrechtlichung. Im Vergleich zur *NZZ*-Karikatur von Jean Veenenbos soll dieser Zusammenhang an drei Beispielen verdeutlicht werden.

15.1 Bartabschneiden: drei historische Vorläufer

Ein erster Vergleich führt in das Russland von Zar Peter I. (1672–1725). Dessen Modernisierungspolitik im alten Russland, seine Vorliebe für Handwerk, Technik, Medizin und Wissenschaft und sein politisches Bestreben, Russland nach dem Vorbild Westeuropas zu modernisieren, fanden ihre symbolische Parallele in einer 1699 von ihm angeordneten Bartsteuer von bis zu 50 Rubel pro Jahr. Bis zu diesem Zeitpunkt galt der Bart als unmittelbare Gabe Gottes – auf allen Ikonen trugen Jesus, die Apostel oder die Heiligen stets einen Bart. Bartrasur galt als Sünde, und Gerichte bestraften das Ausreißen von Haarbüscheln aus einem Bart härter als das Abhacken eines Fingers. Barttragen galt als Ausweis der Recht- und Altgläubigkeit. Die Bartsteuer von 1699 änderte diese Symbolik. Wer seinen Bart behalten wollte, musste dafür zahlen; wer sich aber in aller Öffentlichkeit als glattrasiert zeigte, betonte seine Zugehörigkeit zum wissenschaftlich-technischen Fortschritt, zur westlich-europäischen Zivilisation, demonstrierte sein Privileg als freier Mann (Ratscheewa 2001). Peters Modernisierungszwang beschreibt in all ihrer Brutalität der linksbürgerliche deutsche Schriftsteller Klabund (d. i. Alfred Henschke, 1890–1928) in seiner Novelle *Pjotr. Roman eines Zaren* (1923). Bei ihm heißt es: Peter »ließ sich durch einen Gärtner eine große Gartenschere bringen, wie man sie zum Beschneiden der Gebüsche braucht, und schnitt ihnen allen eigenhändig die Bärte, das Symbol der Bojarenschaft, ab« (Klabund o. J., S. 50).

Ein zweiter Vergleich untersucht die historischen Hintergründe der Redensart *einen Zopf abschneiden,* also mit alten und überkommenen Traditionen brechen. Fiel der unter dem Preußenkönig Friedrich Wilhelm I. (1688–1740) modisch gewordene Musketierzopf unter dem Einfluss der französischen Revolution einfach der Lächerlichkeit anheim, so war das Zopfabschneiden am Ende der Kaiserzeit in China mit erheblichen Gewaltakten verbunden. Unter den Mandschu-Kaisern, d. h. seit 1644, mussten alle chinesischen Männer die mandschurische Haartracht annehmen, den Kopf vorn scheren und das Haar des Hinterhauptes in einen langen, den Rücken herabhängenden Zopf flechten. Mit Ende der Mandschu-Kaiserherrschaft in China 1911 und in den dann folgenden Revolutionswirren wurden diese Zöpfe abgeschnitten, teils freiwillig wie bei Yüan Shih-k'ai, der sich als erster



Abbildung 15.2 Mit Gewalt schneiden republikanische Soldaten Mitgliedern der kaiserlichen Truppen den traditionellen Zopf ab (1911)

Quelle: Spence 1996, S. 49

Staatspräsident öffentlich und freiwillig von seinem Zopf trennte, meist aber mit ausgesprochen brutaler Gewalt (Abbildung 15.2).

Der chinesische Schriftsteller Lu Xun hat diese Wirren rund um den Zopf in seiner Erzählung des Tagelöhners »A Q[zhengquan]« (1921) meisterhaft porträtiert: »Man packte ihn an seinem dünnen Zopf [und] knallte ihn gegen die nächste Mauer. […] Dann zerrte er ihn am Zopf zur Mauer, um ihn wie gewohnt ein paar Mal mit dem Kopf dagegen zu stoßen. […] Vier Hände rissen an zwei Zöpfen. […] Am zweiten Tag hatten ein paar schlechte Revolutionäre als Unruhestifter damit begonnen, den Leuten die Zöpfe abzuschneiden. Es hieß, den Schiffer Siebenpfund vom Nachbardorf habe es so schwer erwischt, dass er kaum noch als Mensch zu erkennen« war (Lu Xun 1999, S. 112).

Lu Xun, genannt der Gorki Chinas, nennt Chinesen ohne Zopf – nicht ohne Grund – auch Glatzkopf, Revolutionär oder Ausländer, und der Chinese in dieser Erzählung, der sich nach einem Auslandsbesuch schon vor der Revolution freiwillig von seinem Zopf trennt, wird der *Falsche Ausländer* genannt. Trug jemand (mangels natürlicher Haarpracht) einen »falschen Zopf«, dann »hatte er sich als Mensch disqualifiziert« (Lu Xun 1999, S. 120). Der Zopf symbolisierte also die gesamte Würde eines chinesischen Mannes.

Spätestens bei der dritten Vergleichsebene zur *NZZ*-Karikatur nimmt freilich ein solcher motivgeschichtlicher Vergleich gespenstische Züge an. Als Reaktion auf die Karikatur von Jean Veenenbos veröffentlichte die *NZZ* am 16. November 2001 unter dem Titel *Karikatur und Menschenwürde* einen Leserbrief von Frédéric P. Weil, Vorstandsmitglied der Israelitischen Cultusgemeinde Zürich (ICZ). Darin hieß es u. a.: »Diese Darstellung hat mich sehr getroffen und mich an vergangene Zeiten erinnert, in denen es nicht die Muslime, sondern die orthodoxen Juden waren, denen die Nazis in den dreißiger Jahren als Spott und als Zeichen der Demütigung die Bärte abgeschnitten hatten. Hat man nichts aus der Vergangenheit gelernt? Ist es dies, was die Amerikaner mit den Muslimen machen wollen? Und wessen Bärte werden morgen geschnitten?« (Weil 2001, S. 57).

Weil formulierte noch milde und harmlos im Vergleich zur Brutalität deutscher SS-Soldaten gegen jüdische Bartträger im besetzten Polen (Abbildung 15.3): Da zeigt eine *Sittengeschichte des Zweiten Weltkrieges* ein Foto mit einem Bart tragenden Juden und folgender dazugehöriger Legende: »Einen Jux wollen sie sich machen. Jude mit Bart in Flammen« (Hirschfeld et al. 1998, S. 199), da berichtet ein Smul Wasersztajin von der Ermordung der jüdischen Bevölkerung im polnischen Jedwabne im Juli 1941 von den Gräueltaten der deutschen Gestapo mit den Worten: »Alten Juden wurde der Bart verbrannt, Säuglinge wurden an der Mutterbrust getötet, Leute wurden unter mörderischen Schlägen zum Singen und Tanzen gezwungen« (Gross 2001, S. 26), und auch die Wehrmachtsausstellung des Hamburger Instituts für Sozialforschung vor einigen Jahren zeigte eine Bilderserie, auf der sich deutsche Soldaten einen Spaß daraus machten, einem greisen Juden den Bart abzuschneiden (Hamburger Institut für Sozialforschung 1996, S. 186). In einigen KZs wurde jüdischen Männern der Kopf glattrasiert und sie bekamen den Befehl, sich einen Bart wachsen zu lassen.

Bedrückend sind auch die autobiografischen Schilderungen von Marcel Reich-Ranicki: »Die Soldaten hatten bald gemerkt, dass man orthodoxe Juden besonders schmerzhaft demütigen konnte, wenn man ihnen die Bärte abschnitt. […] War es ihnen gelungen, einen fliehenden Juden zu fassen, dann schleppten sie ihn grölend zu den Deutschen, die gleich ans Werk gingen: Beherzt schnitten sie die langen Judenbärte ab, die sie bisweilen erst einmal mit einer brennenden Zeitung anzündeten. […] Kaum war der Bart auf den Damm gefallen, da johlten die vielen Schaulustigen« (Reich-Ranicki 2001, 18).

Juden ohne Bart, das heißt glattrasiert, so der jüdische Schriftsteller Joseph Roth, haben sich von sich selbst entfernt, sie verleugnen ihre jüdische Herkunft. Dementsprechend beobachtete er: »[Die Gruppe] bestand aus kleinen Kaufleuten und deren Familien, nicht mehr orthodox, sondern ›aufgeklärt‹, wie man im Osten Juden nennt, die sich rasieren lassen (wenn auch nur einmal wöchentlich) und europäische Kleider tragen« (Roth 2008, S. 71).



Abbildung 15.3 Judenverfolgung in Polen: Einem alten Juden wird zur Belustigung von SS-Männern der Bart abgeschnitten (1941)

Quelle: Eban 1970, S. 336 f.

Was die Gestapo im besetzten Polen mit jüdischen Männern und ihren Bärten begonnen hatte, führte dann die SS in den KZs fort. Über seine Einlieferung in das KZ Auschwitz-Birkenau berichtet Viktor E. Frankl:

> »Dann werden wir in einen anderen Raum getrieben. Dort werden wird geschoren; nicht nur am Schädel: kein Haar bleibt am ganzen Körper. […] Während wir noch auf die Dusche warten, erleben wir so recht unser Nacktsein: dass wir jetzt wirklich gar nichts mehr haben außer diesen unseren nackten Körpern (unter Abzug der Haare), dass wir jetzt nichts mehr besitzen außer unsere buchstäblich *nackte Existenz.*« (Frankl 2002, S. 33)

Man sieht an dem Karikaturbeispiel aus der *NZZ* ein Muster, das der Vorurteilsforschung seit Langem gut bekannt ist. Mögen sich auch Form und zeitliches Kolorit einer Aussage verändern, ihr Inhalt bleibt quasi ahistorisch gültig: Der Bart muss ab. Sprich: Egal, ob Jude oder Muslim, religiöse Bärte sind Ausdruck des Ewiggestrigen und des Andersseins, sie müssen runter, notfalls mit Gewalt.

15.2 Bartabschneiden und Gewalt

Das zwangsweise Entfernen von langen Haaren und Bärten hat in der Geschichte der Menschen eine eindeutige koloniale und die Menschen demütigende Tradition. Im antiken Griechenland wurde Gefangenen und Sklaven das Haar abgeschnitten oder geschoren und damit der ganze Mensch in Besitz genommen. Nur Freie durften lange Haare tragen.

Schaut man sich in der wissenschaftlichen volkskundlichen Literatur nach Interpretationen des Motivs des zwangsweisen Abschneidens von Haaren um, dann gibt es zwei Deutungen. Zum einen gibt es den Hinweis auf das Samson-Motiv im Alten Testament. Als der übermächtige Riese Samson schlief, schickte Delila nach einem Mann, »der ihm die sieben Locken seines Hauptes abschöre. Und sie fing an, ihn zu zwingen; da war seine Kraft von ihm gewichen« (Buch Richter, 16.19). Zum anderen zeigt Hans Peter Duerr in seinem »Mythos vom Zivilisationsprozess«, dass der Bart und seine erzwungene Entfernung sexuell zu interpretieren sind. »Gegenüber den unmännlichen Indianern«, so zitiert Duerr einen Text von Cornelius de Pauw aus dem Jahr 1768, seien »die bärtigen Europäer wahre Satyrn mit strotzenden Genitalien.« Ähnlich heiße es bei dem französischen Naturforscher Georges-Louis Leclerc Comte de Buffon 1791: »le sauvage est foible et petit par les organes de la génération; il n'a ni poil, ni barbe; et nulle ardeur pour sa femelle« (Duerr 2002, 353). Das Motiv des Bartabschneidens kennt nicht nur eine sexuelle Konnotation, sondern außerdem auch eine militärische. So stammt *le poilu,* das französische Wort für Landser, von *poilu* (behaart, haarig) ab, es spielt mithin auf die unrasierten und bärtigen Soldaten an, die sich aufgrund von Wassermangel in den Schützengräben des 1. Weltkriegs nicht rasieren konnten.

Vor dem Hintergrund dieser Traditionen tritt die symbolische Bedeutung der *NZZ*-Karikatur deutlich zutage: Uncle Sam kastriert einen Taliban-Krieger unter Zwang und mit Schere.[1] Und diese Kastrationsfantasie vollzieht sich bei allen hier erörterten Bartmotiven stets vor der Folie von Kolonialismus und Fremdherrschaft oder vor einer Dichotomie von sogenanntem Rückschritt versus Modernisierung: Slawophile, russische Altgläubige versus Westler und Modernisierer wie Zar Peter I., chinesische Zopfträger versus »ausländische Glatzköpfe«, deutsche SS-Soldaten versus polnische Ostjuden, der jüdische Riese Samson versus feindliche Philister und europäische Siedler versus indianische Ureinwohner.

Die Uncle-Sam/Taliban-Krieger-Karikatur von Jean Veenenbos von 2001 passt genau in das Bild der Auseinandersetzung zwischen den USA und den islamischen Ländern: Vor dem Hintergrund der iranischen Revolution von 1979 hatte schon der Psychohistoriker Lloyd de Mause dieses Bild vor vielen Jahren analysiert. Jimmy Carters damalige Politik gegenüber Ayatollah Khomeini war von der Furcht geleitet, »in die Impotenz abzugleiten« (Mause 1984). In der gegenwärtigen Auseinandersetzung zwischen dem Orient und der westlichen Zivilisation stehen also auf der einen Seite Männer mit Bart wie Osama bin Laden und Saddam Hussein, und da stehen auf der anderen Seite glatt rasierte und infantil aussehende Charaktere wie John F. Kennedy, Jimmy Carter, Bill Clinton oder George W. Bush. Diese hier behauptete Infantilisierung ist freilich weit mehr als eine freche Behauptung: Ihr entspricht ein inzwischen theoretisch wie empirisch weit verbrei-

teter Sozialisationstyp und Sozialcharakter in den USA (Sennett 1977, Lasch 1979, Postman 1982, Lasch 1995).

Alte Lexika wissen Bescheid um den verschütteten, symbolischen Zusammenhang von Bart und Kastration. So heißt es im *Bilder-Conversations-Lexikon für das deutsche Volk* von 1837: »Bart, der dem männlichen Geschlechte als Zeichen eingetretener Mannbarkeit eigenthümliche Haarwuchs an Kinn, Wangen, Ober- und Unterlippe, welcher Weibern, Kindern und Verschnittenen fehlt« (Bilder-Conversations-Lexikon für das deutsche Volk 1837, S. 186). Dem sekundiert das *Neueste elegante Conversations-Lexikon* von 1843 mit folgender Definition: »Bart, die Haare am Kinn, Oberlippe und Wange der Männer, die mit der Mannbarkeit kommen und sich bei Castraten nicht entwickeln« (Neuestes elegantes Conversations-Lexikon 1970, S. 24). Alte Bücher wissen nicht nur gut bezüglich der sexuellen Konnotationen beim Thema Bart Bescheid, sie geben auch darüber Auskunft, dass der Bart ein Symbol männlicher Würde ist. So schreibt Balthasar Permoser 1714 in seinem Buch *Der ohne Ursach verworffene und dahero von Rechtswegen auff den Thron der Ehren wiederum erhabene Barth:* »Wer derwegen uns den Barth ausreisset / der benimmt uns gleichsam unser Ehre und Ansehen«; die Natur habe dem Mann »etliche Dinge nicht nur zur Nutzbarkeit / sondern zur Zierde gegeben / wie dem Pfauen den Schwantz / der Taube vielfarbichte Federn / und einem Manne die Brust und Barth«; »ein schöner langer Barth ist das Zeichen eines frommen Mannes«; »der lange Barth ist nicht allein ein Zeichen der Weißheit und Fürsichtigkeit / sondern auch dem Menschen eine Ehre und Ansehen verursachet« (Permoser 1982).

15.3 Eine falsche Feminisierung der westlichen internationalen Beziehungen

René König, einer der einflussreichsten konservativen deutscher Nachkriegssoziologen, lehrte in den 1960er und 1970er Jahren u. a. an der Universität Kabul. Gerade vor dem Hintergrund des gegenwärtigen Afghanistankrieges ist das Afghanistankapitel in seiner Biografie *Leben im Widerspruch* (König 1984)[2] nach wie vor lesenswert, bezeichnet er doch dieses Land als »das komplizierteste Land des Mittleren Ostens«. In diesem Kapitel attackiert König ungewöhnlich scharf eindimensionale Modernisierungstheoretiker wie Walt W. Rostow und Karl W. Deutsch, verwahrt sich gegen den Vorwurf des Nativismus und beharrt darauf, »dass die Forschung in die Hände der Einheimischen übergehen muss.« War es die Vorstellung der meisten damaligen Entwicklungstheoretiker, »dass eine Gesellschaft um so entwickelter sei, je ähnlicher sie der amerikanischen sei«, so folgerten dieselben Theoretiker daraus auch, dass für die Entwicklungsländer der

Aufbau einer Stahlindustrie wichtiger als die Landwirtschaft sei, dass eine Konsumgesellschaft aufgebaut werden müsse und dass schließlich ein traditionelles in ein westliches Frauenmodell umzuwandeln sei. Dieses Entwicklungsmodell war nicht nur im Westen vorherrschend; es wurde auch von vielen Menschen in Entwicklungsländern internalisiert: »Aber leider« – so René König – »sind bereits die Mitglieder der unterentwickelten Gesellschaften von demselben Aberglauben angesteckt« (König 1984, S. 268 f.).

Das Foto der afghanischen Frauen vor dem Flughafen von Kabul von 1967 (Abbildung 15.4) bringt diese Mechanismen gut auf den Punkt, macht ihn sichtbar nach dem Motto: Wir Frauen in Afghanistan sind genauso modern wie ihr! In der Tat: Als René König in Kabul lehrte, waren 15 Prozent der Studierenden allein an der Wirtschaftsfakultät Kabul Frauen. Dieser vergleichsweise hohe Anteil war vor dem Hintergrund möglich gewesen, dass in Kabul schon 1921 die erste Mädchenschule eröffnet und im selben Jahr die erste Frauenzeitschrift gegründet worden war, dass schließlich der afghanische König Amanullah Khan während seiner Regentschaft von 1926 bis 1929 nach dem Vorbild von Kemal Atatürk[3] per Dekret eine Entschleierung der Frauen angeordnet hatte. Kulturblind – um es vereinfachend und ein wenig zugespitzt zu formulieren – konnten die sowjetischen Besatzungsbehörden genau diese formale Art von Frauenemanzipation unter dem kommunistischen Präsident Mohammed Nadschibullah zwischen 1979 und 1992 fortführen. Auch die UdSSR folgte derselben Modernisierungstheorie wie Walt W. Rostow und Karl W. Deutsch, und dementsprechend kann man mit der Islam- und Medienwissenschaftlerin Sabine Schiffer ideologiekritisch formulieren, dass es der gegenwärtigen westlichen Afghanistanpolitik in keiner Form um eine Frauenemanzipation in Afghanistan geht. Denn: »Wäre es uns freilich wirklich um die Mädchen und Frauen gegangen, wie Angela Merkel nicht müde wird zu behaupten, hätte man die Russen im Land lassen können« (Schiffer 2009, S. 3). Freilich kann man denselben Sachverhalt auch affirmativ so wie Reinhard Kühnl formulieren, wenn man mit einem Hinweis auf die Frauenemanzipation die sowjetische Afghanistanintervention im Nachhinein rechtfertigt: »Wird die Einführung der Gleichberechtigung der Frau oder die Einführung der Schulpflicht in Afghanistan dadurch falsch, dass die seit Jahrhunderten in Unwissenheit und Unmündigkeit gehaltenen Massen dies nicht begreifen können und also zunächst ablehnen?« (Kühnl 1985, S. 214).

Man kann sehen: Die Frauenfrage war bei einer Außensicht auf Afghanistan zwar stets – mal mehr, mal weniger – virulent, doch bekam sie seit dem 11. September 2001 eine völlig neue internationale Dynamik. Bereits ein Jahr nach dem Anschlag auf das World Trade Center in New York und das Pentagon in Washington legte der mächtige Council on Foreign Relations eine Denkschrift über die neuen Aufgaben der *cultural diplomacy* angesichts eines *war on terrorism* vor



Abbildung 15.4 Afghanische Frauen am Flughafen in Kabul (1967)

Quelle: Die Welt, 28. Januar 2010, S. 23. © dpa picture alliance

(Peterson 2002; Finn 2003). Auf den Punkt gebracht, formulierte dieser Bericht die folgenden Erkenntnisse. Es gibt kein Land, in dem die USA beliebt sind. Um das zu ändern, müssten die USA mit den Mitteln der *cultural diplomacy* (Konferenzen, Kulturaustausch, Zeitungen, Radio, Fernsehen, Familien-, Städte-, Regional- und Länderpartnerschaften usw.) in anderen Ländern bevorzugt folgende Zielgruppen ansprechen: Frauen und Jugendliche. An erster Stelle bei diesen anderen Ländern stehen arabische Länder und Länder mit muslimischer Bevölkerung (Türkei, Iran).

Das Resultat dieser Strategie lässt sich paradigmatisch an der im Afghanistankrieg inszenierten medialen Geschlechterlogik ablesen und verfolgen. Was als männliche Geschlechterlogik rund um das Motiv des Bartabschneidens exemplifiziert wurde, gilt in weitaus stärkerem Ausmaß für die mediale Inszenierung einer weiblichen Geschlechterlogik. Elisabeth Klaus und Susanne Kassel haben genau diese inszenierte Geschlechterlogik für die Kriegsberichterstattung der folgenden vier Kriege herausgearbeitet: Golfkrieg 1991, Bosnienkrieg 1992/95, Kosovokrieg 1999 und Afghanistankrieg 2001.

Die Afghanistanberichterstattung resümierend schreiben sie:

> »Die Burka wird […] zum Symbol des Irrationalen, Fremden des Islam allgemein. Im Rahmen der Kriegslogik wird das Kleidungsstück zum Kriegsargument, denn die NATO verspricht, das Land im Interesse der Frauen von den Taliban zu befreien. Drei Tage vor dem Angriff der USA auf Afghanistan zeigte der ›Stern‹ das ganzseitige Foto einer Gruppe von burkatragenden Frauen, aus denen ein unverschleiertes Gesicht herausschaut […]. Das Bild erscheint wie eine Verheißung: Letztlich geht es um die Be-

> freiung der Frauen. Der erste Schleier ist gelüftet, bald werden andere folgen […]. Der ›Stern‹ erwähnt nicht, dass das Foto bereits am 13. November 1996 von AP verbreitet wurde. […]

Nach dem Einmarsch der westlichen Truppen dienten, der Kriegslogik entsprechend, Bilder von entschleierten Frauen als Beleg für die Durchsetzung von Frauenrechten, ohne die Bedeutung des Schleiers und die tatsächliche Situation von Frauen näher zu ergründen […] Nach dem Sieg über die Taliban begaben sich die Medien auf die Suche nach den entschleierten Frauen. In vielen Tageszeitungen wurden kurz hintereinander zwei Bilder abgedruckt, die an den *Stern*-Titel erinnern: Inmitten einer Gruppe verschleierter Frauen lächelt eine, von der Burka befreit, in die Kamera.« (Klaus und Kassel 2003, S. 247 ff.)

Dieser Umgang mit dem Symbolgehalt der Burka als Kleidungsstück im Rahmen einer höchst wirkungsvollen medialen Kriegslogik von 2003 hat sich heute enorm radikalisiert. Zu erinnern ist hier an das Burka-Verbot in Belgien und Frankreich oder auch an die sozial diskriminierenden Erfahrungen einer französischen Künstlerin, die 2009 in einem Selbstversuch vier Wochen in der Öffentlichkeit einen Ganzkörperschleier trug und anschließend darüber berichtete (Lefanc 2009). Für Deutschland sei hier – stellvertretend für viele andere Medien – auf den ästhetisch sehr anspruchsvoll aufgemachten Bildband von Lana Šlezić über Frauen in Afghanistan unter dem Titel *Verleugnet* erinnert (Šlezić 2007). Als Signalwörter tauchen im Text auf: »Horrorfilm«, »entsetzt«, »schockiert«, »betrübt«, »eine Frau zu schlagen, heißt, sie zu lieben«, »wie man Frauen retten kann«, »Zwangsehe«, »verbale und körperliche Misshandlung« usw. Paradigmatisch für diesen Bildband ist nicht nur der Titel *Verleugnet,* es ist besonders auch das Titelbild (Abbildung 15.5), das sämtliche Verzerrungen und Vorurteile gegenüber einer muslimischen Frau wie mit einem Brennglas vergrößert: Die Muslima in der absoluten Opferrolle – eine geballte Medienmacht hat sie dazu gemacht.[4] Jedoch, so schreibt der afghanische Sozialwissenschaftler Mohammed Daud Miraki: »Nach fünf Jahren Wiederaufbau kümmern sich afghanische Frauen eher um Essen, Gesundheit und Arbeit als um Burkas« (Miraki 2006, S. 77).

Zu den medialen Wahrnehmungen und Bildern passt es jedoch hervorragend, wenn US-amerikanische Marineinfanteristinnen inzwischen als Teil der Kampagne zur Gewinnung der afghanischen *hearts and minds* von US-General Stanley A. McChrystal darin ausgebildet werden, sich mit afghanischen Frauen am Dorfbrunnen zu unterhalten, um herauszubekommen, was die wichtigsten Probleme im Dorf sind (Bumiller 2010, S. 2).

Zu erinnern ist an dieser Stelle nochmals an die Frau als bevorzugte Partnerin einer *Cultural-diplomacy*-Politik der Vereinigten Staaten von Amerika im sogenannten Krieg gegen den Terror. Sie taucht nicht nur im medialen Afghanis-



Abbildung 15.5 Afghanische Frau vor dem Gerichtsgebäude in Kabul (2005)

Quelle: Šlezić 2007, S. U1

tankrieg sowohl als Projektionsopfer als auch als Zielgruppe auf, die sich ihre mentalen Verbündeten bei westlichen Feministinnen sucht und sie dort findet, sondern auch in vielen anderen Kriegen der jüngsten Vergangenheit (siehe Kapitel 16).

Mit anderen Worten: Die Saat des Council on Foreign Relations ist aufgegangen. Oder: Wie die Frauenfrage erfolgreich im Sinne der westlichen, speziell der US-amerikanischen, Außenpolitik instrumentalisiert wird. Oder: Wie eine gängige Political Correctness in Sachen Frauenfrage eine Kritik am Missbrauch der Frauenfrage erschwert. Oder: Wie man Feminismus erfolgreich in Richtung Gender Mainstreaming pazifiziert. Oder: Wie man mit Erfolg feministische Wissenschaft in Frauenforschung verwandelt.

Mit diesem Ergebnis, also der Instrumentalisierung der Gender- und speziell der Frauenfrage für imperiale Weltmachtpolitiken, erhält eine feministische Theorie der internationalen Beziehungen, wie sie Gert Krell hervorragend, luzide und sensibel beschrieben und analysiert hat (Krell 2004), ihre (ungewollte) neoliberale Dimension. In der Wirklichkeit der internationalen Beziehungen werden Frauen zwar weltweit integriert, aber stets ungleich – dies ist das Ergebnis der vielen Ar-

beiten über Globalisierung und Frauen von Christa Wichterich (2009). So setzt sich auch in der Frauenfrage ein affirmativer Neorealismus und eben kein feministischer Ansatz in den internationalen Beziehungen durch, ein Ansatz freilich, der die Zuordnung Theorie in Gert Krells Übersicht über Theorien in der Lehre der internationalen Beziehungen deswegen nicht verträgt, weil Affirmation eben keine Theorie ist, sondern die wissenschaftlich (positivistisch) konstruierte Verdoppelung von realer Herrschaft des Menschen über Menschen.

Der Missbrauch von Frauen in der Kriegsbildberichterstattung

16

In Relation zur Einwohnerzahl (rund 200 000) hat Priština, die Hauptstadt des Kosovo, in Europa die höchste Anzahl von Bordellen, nämlich 104 Stück. Warum? Diese große Bordelldichte hängt mit den dort stationierten Tausenden internationalen Friedenssoldaten und der großen Anzahl von UN-Mitarbeitern zusammen (vgl. vor allem Simm 2013). Was kann man daraus lernen? Wenn es schon ein derartig enges Beziehungsgeflecht zwischen Friedenssoldaten und Sex gibt, wie eng muss dieses Verhältnis dann erst zwischen Kriegssoldaten und Sex aussehen, also dann, wenn sich Gewalt und Sex mischen »dürfen«? Hier ist daran zu erinnern, dass vor dem Internetzeitalter alle Angehörigen der US-Armee zusammengenommen die weltweit größte Kundengruppe für Pornografiehefte waren und dass die US-Armee gegenwärtig gewaltige Summen für Softwarefilter ausgibt, die es ihren Soldaten unmöglich machen sollen, Pornobilder anzuschauen und herunterzuladen.

Dass Frauen und Kinder in Kriegen den größten Anteil der Opfer stellen, ist seit Langem bekannt und gut dokumentiert. Und dass Vergewaltigungen von Frauen und Mädchen seit vielen Generationen Teil einer systematischen männlichen Kriegsführung sind, ist ebenfalls seit Langem bekannt und gut dokumentiert (vgl. als Einstieg dazu Brownmiller 1978). Nicht ganz so bekannt ist die Geschichte von Kriegsbordellen, die der Zwangsarisierung der Präservativproduktion der Firma Fromms durch Reichsmarschall Hermann Göring im Interesse der Deutschen Wehrmacht (vgl. Hirschfeld et al. 1998, S. 341 ff.) und die von Bordellen in KZs – auch das gab es in systematischer Form. Mit anderen Worten: Über den Missbrauch von Frauen in der Kriegsbildberichterstattung zu sprechen, heißt, sich des hinter diesem Thema stehenden militärisch-sexistisch-medialen Industriekomplexes bewusst zu sein. Das ist der eine einleitende Gedanke.

Der zweite einleitende Gedanke hat etwas mit Theorien der Visualisierung zu tun, denn erstens ist es ein methodisches Problem, Bildaussagen zu verschrift-

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_16,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

lichen, und zweitens scheint klar zu sein, dass der systemische Gleichklang von Aufklärung mit Verschriftlichung das Resultat eines von Männern dominierten Geschlechterkampfes war, der historisch davor liegende Phasen eines Gleichklangs von Matriarchat mit Visualisierung verdrängt hatte. Schrift als entscheidendes Mittel, über Mensch und Natur zu herrschen, hatte eine visuell wahrgenommene Welt abgelöst, die immer auch eine weibliche Welt gewesen war.[1] Wer sich also mit Bildern beschäftigt, die Frauen im Krieg zeigen, betritt in vielerlei Hinsicht eine feminine Welt (wenn auch, wie in diesem Kapitel, in höchst manipulierter und abstoßender Form). Aus den genannten Gründen stehen deswegen im Mittelpunkt dieses Kapitels sechs Bilder, die zu einer Sammlung des Verfassers von rund 200 Pressefotos mit dem Motiv »Frauen im Krieg« gehören; diese stammen aus verschiedenen Ländern und sind zwischen 1997 und heute entstanden. Soldatinnen und Frauen in Uniform – so der erste Eindruck – gab es in den Medien früher selten – seit ungefähr zwanzig Jahren gehören sie hingegen zum guten Ton. Dabei ist – und das kann als erstes Ergebnis festgehalten werden – die Motivauswahl recht klein, sehr begrenzt und relativ homogen. Die Verbindung von Freude, Spaß und Sexualität stehen dabei an erster Stelle.

Abbildung 16.1 zeigt eine junge russische Soldatin auf einem Pressefoto der European Pressphoto Agency (epa) auf Seite 8 der *Salzburger Nachrichten* vom 7. März 2003. Versehen ist es mit der Bildlegende *Feuer Frei* über dem Foto, unter dem Foto klärt ein Text den Leser mit folgenden Sätzen auf: »Gefreite Marina Fedortsova nimmt ihr Gewehr für den Wettbewerb ›Schönheiten in Uniform‹ in Anschlag. Gefragt ist auch Treffsicherheit, um ins Finale zu kommen, mit dem die russische Armee den Weltfrauentag feiert.« Was ist zu diesem Bild zu sagen? Zum Medienkontext: Die epa ist eine kleinere europäische Bildagentur im Besitz mehrerer nationaler europäischer Presseagenturen und arbeitet in Konkurrenz zu den großen Bildagenturen Reuters, Associated Press und Getty Images (vgl. dazu Becker 2009, S. 60–61). Und dass gerade die *Salzburger Nachrichten* ein solches Bild zum Weltfrauentag veröffentlichen, zeigt drastisch, wie sehr inzwischen auch die-



Abbildung 16.1 Russische Soldatin beim Wettbewerb »Schönheiten in Uniform«

Quelle: Salzburger Nachrichten vom 7. März 2003, S. 8



Abbildung 16.2 Österreichische Soldatin vor einem Auslandseinsatz

Quelle: Die Krone vom 27. November 1998, S. 8

se einstige österreichische Qualitätszeitung ihren kritischen Anspruch an sich und die Leser aufgegeben hat. Zum Motiv: Zu wetten ist, dass mit den Begriffen *Feuer Frei* und *Treffsicherheit* bei diesem Bild ein männlicher Kollege seine sexuellen Projektionen (unbewusst?) ausgelebt hat. Dass gerade eine russische Soldatin als Motiv ausgewählt wurde, zeigt in spezifischer Weise die Hartnäckigkeit antikommunistischer Feindbilder, sagt doch dieses Foto latent, dass Russland mit der Abkehr von der alten UdSSR endlich im Reich der westlichen Moderne angekommen ist. Und schließlich und selbstverständlich ist dieses Motiv inhuman und menschenverachtend: Eine hübsche Soldatin, die mit einem Gewehr auf den Bildbetrachter schießt, verniedlicht das brutale Geschäft, um das es im Krieg geht, nämlich um das staatlich institutionalisierte und monopolisierte Töten von Menschen wegen vorgeblich hoher und hehrer Gründe!

Abbildung 16.2 zeigt eine junge österreichische Soldatin auf einem Pressefoto auf Seite 8 der Boulevardzeitung *Die Krone* vom 27. November 1998. Unter der Überschrift *Unsere erste Soldatin im Auslandseinsatz* erklärt die Bildlegende: »Ingrid Strohmaier gehört zur Besatzung eines Pandur-Radpanzers«. Zum Medienkontext: *Die Krone* steht zusammen mit der zum selben Konzern gehörenden Zeitung *Kurier* dafür, dass Österreich innerhalb der EU den am stärksten monopolisierten und damit am wenigsten pluralen Pressemarkt hat (vgl. Weber 1995). Den Boulevardcharakter der *Krone* erkennt man bei der Legende zu diesem Bild daran, dass mit der individuellen Vornamensgebung Ingrid Strohmaier eine Individualisierung angeboten wird, eine Umarmung des Lesers nach dem Muster

Menschen wie Du und Ich. Und diese menschelnde Einordnung wird noch schöner, wenn man sie in Kontrast zu einem technischen Begriff wie Pandur-Radpanzer stellt. Doch auch hier verschleiern ausgesprochen freundliches Augenstrahlen und Lächeln das Geschäft mit dem Tod. Und das Motiv, irgendeinen Waffengang als erste Soldatin getan zu haben, wiederholt sich in der weltweiten Medienlandschaft oft: Sei es bei einer Tanja Krell, die sich 1999 mit Erfolg als erste Europäerin den Zugang zur Bundeswehr vor dem Europäischen Gerichtshof einklagte, sei es bei einer Katrin, die vom Jugendmagazin *Bravo* in Heft 52/2003 als erste Hubschrauberpilotin der Bundeswehr hochgejubelt wurde, oder sei es bei der Hauptgefreiten Christina Hermann, die am 2. März 2004 als erste deutsche Soldatin Ehrenwache vor dem Schloss Bellevue hielt. *Das erste Mal* und das *ius primae noctis:* Auch beim Bildmotiv über den jeweils ersten Waffengang einer Soldatin klingen männliche Sexualfantasien mit.

Abbildung 16.3 zeigt eine israelische Soldatin auf einem Pressefoto der Deutschen Nachrichtenagentur (dpa) auf Seite 13 der *Süddeutschen Zeitung* vom 12. Januar 2000, also in der mit einer täglichen Auflage von damals knapp 450 000 verkauften Exemplaren größten nationalen deutschen Tageszeitung. Die Bildüberschrift heißt *Überfliegerin im Kampfjet* und im Begleittext steht: »Keine Furcht: Nahkampfausbildung einer Israelin in einem Trainingslager in Netanya. Aber nicht alle Frauen im Heiligen Land sind begeistert über die zwei Jahre dauernde Wehrpflicht.« Zum Motiv: Die *Süddeutsche Zeitung* wird ihrem Selbstanspruch als liberale Zeitung durch eine Ambivalenz von Bild und Text gerecht, hier das Bild einer attraktiven Alphafrau, dort der Hinweis, dass nicht alle von der Wehrpflicht begeistert seien. Freilich überstrahlt das Bild jeden Text, das Auge bleibt am Bild hängen und vermeidet genau deswegen eine Lektüre des begleitenden Textes. Die visuelle Mischung aus Kampf, Waffen, Wildheit und Aggression einerseits mit jugendlichem Elan und weiblicher Attraktivität andererseits kennt eine äußerst fatale Tradition, im schlimmsten Fall verweist sie auf Militärpornos und Sadomaso-Bilder (vgl. en détail Villeneuve 1993).

Eine versteckte Botschaft von Abbildung 16.3 zeigt sich erst dann, wenn man das Bild mit einem anderen vergleicht. Abbildung 16.4 zeigt iranische Soldatinnen auf Seite 4 im *Solinger Tageblatt* vom 23. September 1997. Die Bildüberschrift lautet: *Iranische Soldatinnen erinnern an den Kriegsbeginn.* In dem das Bild begleitenden Text heißt es erläuternd: »Ohne eine Miene zu verziehen, marschieren Soldatinnen der iranischen Armee durch Teheran. Mit Gewehren im Anschlag, im Lauf eine Blume, erinnern sie an den Jahrestag des Beginns des iranisch-irakischen Krieges 1980. Auch neun Jahre nach Kriegsende gibt es keinen offiziellen Friedensvertrag.« Zum Medienkontext: Das *Solinger Tageblatt* ist eine ganz normale Provinzzeitung. Nur rund 2,5 Prozent aller Artikel thematisieren irgendein Land aus der Dritten Welt, und hierbei stehen Berichte über die Kriege im Na-

Abbildung 16.3 Israelische Soldatin bei der Nahkampfausbildung



Quelle: Süddeutsche Zeitung vom 12. Januar 2000, S. 13

Abbildung 16.4 Iranische Soldatinnen auf einer Parade in Teheran



Quelle: Solinger Tageblatt vom 23. September 1997, S. 4

hen Osten an erster Stelle (vgl. Becker 2001, S. 15–25). Gegen Karl Marx' Konzept einer asiatischen Produktionsweise und mit Edward W. Saids Kritik am Orientalismus im Hinterkopf ist dieses Bild einfach und gut zu interpretieren. Es reproduziert wie in einem Brennglas das Vorurteil des Orientalen als einem entindividualisierten Menschen, der keinen eigenen Willen hat – »ohne eine Miene zu verziehen« –, der nie einzeln, sondern nur im Kollektiv auftritt, der stets wild, kriegerisch, dumpf und bedrohlich auftritt, und der zudem – hier als verschleierte Frau – deutlich demonstriert, dass er keine Aufklärung und Moderne kennt (vgl. Becker 2000, S. 15–25). Demgegenüber tritt die israelische Soldatin auf Abbildung 16.3 als ein Mensch auf, der fest in der westlichen Moderne angekommen ist: individuell, sportlich, aktiv und selbstbestimmt.

Weil es keine Gleichheit im Unrecht gibt und weil die alte kalifornische Hippie-Weisheit eines *bombing for peace is like fucking for virginity* genauso zutreffend ist wie die Sentenz des Philosophen Günther Anders, nach der »kein Mittel nur Mittel [ist]« (Anders 1980, S. 99), ist die aktive Teilnahme von Frauen an der Kriegsführung kein gesellschaftlicher Fortschritt. Und so ist es nur empörend, wenn eine Wissenschaftlerin israelischen Soldatinnen positiv bescheinigt, dass sie wegen ihres Militärdienstes die »volle Staatsangehörigkeit« besäßen (Gillath 2011, S. 414), oder Wissenschaftler über iranische Soldatinnen sagen, dass sie wegen ihres Militärdienstes eine »neue Identität als muslimische Frau« errungen hätten (Pournazaree 2011, S. 463). Auf derselben zutiefst inhumanen und frauenfeindlichen Linie liegen mehrere Artikel zum Themenschwerpunkt *Frauen in bewaffnetem Kampf* des in Österreich staatlich finanzierten Dritte-Welt-Journals *Südwind-Magazin,* die sich über die Nichtbeachtung von kämpferischen Frauen in der Geschichte beschweren und positive Beiträge über kriegführende Frauen einklagen (vgl. *Südwind-Magazin* 7/8 2012, S. 35–43).

Abbildung 16.5 auf Seite 66 von Heft 48/2011 des konservativen deutschen Nachrichtenmagazins *Focus* ist eine Geschmacklosigkeit sondergleichen, die aber gleichwohl und gerade deswegen viele der hier bereits andiskutierten Aspekte gut auf den Punkt bringt. Voyeuristisch ist dieses Bild Teil des Artikels »*Ich wurde seine Sexsklavin*«. *Eine junge Libyerin erzählt erstmals öffentlich von ihrem jahrelangen Martyrium im Harem des Diktators Muammar al-Gaddafi.* Neben dem Bild erscheint folgende Legende: »Frauenschinder. In Gaddafis weiblicher Leibgarde waren die Blauuniformierten [rechts] fürs Kämpfen zuständig, die in Khakiuniform [links] für Sex.« Das Bild Gaddafis als Sexmaniac gipfelte im April 2011 in der Medienkampagne, Gaddafi habe an seine Soldaten Viagra verteilt und sie zur Massenvergewaltigung aufgerufen. Zuerst am 28. April von *Al Jazeera* und der elektronischen *The Huffington Post* in die Welt gesetzt, erfuhr dieses Gerücht seine offizielle US-amerikanische Bestätigung durch die US-amerikanische UN-Botschafterin Susan Rice bei ihrer Rede im UN-Sicherheitsrat und wurde am 27. Juni



Abbildung 16.5 Libysche Soldatinnen der Leibwache von Muammar al-Gaddafi

Quelle: Focus, Heft 48/2011, S. 66

2011 vom Chefankläger des Internationalen Strafgerichtshofs (IStGH) in Den Haag, Luis Moreno Ocampo, sogar in den Haftbefehl gegen al-Gaddafi übernommen. Freilich war die ganze Story eine mehr als dreiste Medienente, an der überhaupt nichts stimmte, wie schließlich ein Report von Amnesty International vom 24. Juni 2011 zeigen konnte (vgl. Cockburn 2011; vgl. ausführlich zu dieser Viagra-Lüge: Noll 2012). Hart muss es darüber hinaus freilich besonders Feministinnen dann angehen, wenn der medienwirksam getätigte Vorwurf von Massenvergewaltigungen keine andere Funktion hat, als im Spenden- und Aufmerksamkeitskampf möglichst viel für die eigene Frauen-NGO herauszuschlagen. Um genau diesen Mechanismus ging es, als deutsche Frauen-NGOs während des Bosnienkrieges 1992 von rund 50 000 Vergewaltigungen durch serbische Soldaten berichteten, während Amnesty International in einem rückblickenden Bericht 2009 von 20 000 sexuellen Übergriffen sprach (vgl. Amnesty International 2009). Selbstverständlich ist jeglicher Übergriff gegen Frauen einer zu viel – aber der mediale Missbrauch von Vergewaltigungen für die eigenen Zwecke ist keinesfalls gerechtfertigt. In diesen Kontext passt die sarkastische Äußerung der ägyptischen Filmproduzentin Amal Ramsis vom April 2012: »Um ein bestimmtes Frauenbild aus arabischen Ländern zu transportieren, [ist] es beispielsweise bei westlichen TV-Sendern derzeit en vogue, Dokumentationen zu bestellen, in denen Frauen Gewalt angetan [wird]« (Düperthal 2012).



Abbildung 16.6 Die syrische Schauspielerin und politische Aktivistin Fadwa Soliman

Quelle: http://en.wikipedia.org/wiki/Fadwa_Soliman; letzter Abruf am 26. Oktober 2012

Abbildung 16.6 führt ein weiteres Mal in den Nahen Osten, jetzt nach Syrien. Das Bild zeigt die junge syrische Schauspielerin Fadwa Soliman auf einem Foto aus ihrem Personenartikel bei Wikipedia (http://en.wikipedia.org/wiki/Fadwa_Soliman; letzter Abruf am 26. Oktober 2012). In einer zeitlich geballten internationalen Vermarktungskampagne im kurzen Zeitraum zwischen Ende 2011 und Anfang 2012 lassen wichtige Medien wie *Al Jazeera* (der TV-Sender *Al Jazeera* ist seit Langem nicht mehr antiwestlich und antiamerikanisch wie bei seiner Gründung 1996; vgl. dazu ausführlich Becker und Khamis 2010, S. 1–22), Reuters, *International Business Times,* AFP, *Euronews* und *Financial Times* Soliman als mutige Widerstandskämpferin gegen die Regierung von Präsident Baschar al-Assad hochleben. Vorher und nachher taucht sie in den westlichen Medien überhaupt nicht mehr auf, sie hat ihre Rolle (zunächst einmal) ausgespielt. Es fällt hierbei auf, dass sich bei diesem Medienfeldzug besonders französische Medien und Finanzmedien wie Reuters, die *Financial Times* und die *International Business Times* hervortun. Das Bild dieser jungen hübschen syrischen Schauspielerin Soliman, die die französische Presse in Analogie zu La Pasionara (1895–1989), der bekannten spanischen Revolutionärin und Kommunistin, wirkmächtig und höchst symbolisch *une pasionaria syrienne* nannte, lässt sich in zweifacher Hinsicht dechiffrieren, zum einen historisch und zum anderen in Bezug auf typische Muster der Medienberichterstattung über Kriege und Konflikte im Nahen Osten.

Aus historischer Sicht steht dieses Foto in einer langen und unheilvollen Tradition von Mädchenbildern und Bildern von jungen Frauen in Kriegen. Es ist ein besonders düsteres Kapitel aus der Mappe der visuellen Kriegspropaganda. Spätestens seit den vielen Tausenden Fotos, auf denen sich Adolf Hitler im Kreis junger Mädchen fotografieren ließ, ist bei jedem Bildmotiv »junge Frauen plus Krieg«

Vorsicht angesagt. Im Gegensatz zu den anderen in diesem Kapitel thematisierten Pressefotos geht es bei dem Foto von Fadwa Soliman nicht um das Motiv selbst, sondern um dessen Kontext. Und es ist der Kontext dieses Porträtfotos – Syrien, Bürgerkrieg, bewaffnete Milizen, Terroranschläge –, der auch dieses Foto unter einen ideologischekritischen Verdacht stellt. Denn gerade Mädchen wurden in den letzten Kriegspropagandaschlachten bevorzugt eingesetzt.

Zu erinnern ist hier erstens an den arrangierten Auftritt des 15-jährigen Mädchens Nayirah 1990 vor dem US-Kongress, die weinend von der Brutalität irakischer Soldaten in einer Säuglingsstation in einer kuwaitischen Klinik berichtete, sich aber als Tochter des kuwaitischen Botschafters entpuppte (vgl. en détail MacArthur 1993, S. 46 ff.), zweitens an das antiserbische Tagebuch des kroatischen Mädchens Zlata Filipović im Bosnienkrieg von 1991/93, dessen Publikation von der UNICEF gesponsert wurde, und drittens an die im Irakkrieg entführte US-amerikanische Soldatin Jessica Lynch.

Zu denken ist viertens auch an die im Gefängnis von Abu Ghraib in Bagdad stationierte US-Militärpolizistin Lynndie England und fünftens ist an die am 20. Juni 2009 bei Unruhen in Teheran ermordete Neda Soltan zu erinnern, von der das falsche Foto einer anderen Iranerin um die Welt ging, nämlich das einer Neda Soltani (vgl. Bunjes 2010, S. 17). Sechstens schließlich scheint auch die jugendliche Friedensnobelpreisträgerin von 2014, nämlich das im pakistanischen Bürgerkrieg von Taliban-Terroristen angeschossene fünfzehnjährige Mädchen Malala Yousafzai, *willingly/unwillingly* in ein nur schwer durchschaubares Gespinst westlicher Medienaktivitäten eingebunden zu sein. Es muss offen bleiben, ob ihr Internetblog, der sich für das Recht muslimischer Mädchen einsetzte, Schulen zu besuchen, ihre eigene Idee war oder eine Auftragsarbeit von *BBC-Urdu.* Belegt ist freilich, dass Malala später von dem Londoner PR-Konzern Edelman und dem mächtigen Council on Foreign Relations im Sinne des Westens instrumentalisiert wurde (Lemmon 2012; Usborne 2013; Zeitler 2014).

Une pasionaria syrienne, Neda Soltan als der *Engel des Iran,* Zlata als kroatische oder Adona als albanische Anne Frank. Es waren westliche Medien wie *CNN* oder *The Telegraph,* die Adona als »Die Anne Frank aus dem Kosovo« und Zlata Filipović als »bosnische Anne Frank« bezeichnet hatten (Savich 2007; Alexander 2012) und es war der *Anne Frank Trust* in London, der Malala Yousafzai 2014 den Anne-Frank-Preis für Zivilcourage verlieh (Joshi 2014). Der westlichen PR-Maschinerie ist kein Vergleich zu oberflächlich, zu schade und historisch zu falsch, um diese von ihr selbst auserwählten Leidens- und Rebellionsheroinnen in der Öffentlichkeit gut vermarkten zu können. Während die historische Anne Frank noch im März 1945 im KZ Bergen-Belsen ermordet wurde, lebt Zlata Filipović gegenwärtig nach einem Studium an der Oxford University in Dublin, der US-amerikanische Student Finnegan Hamill erhielt ein Stipendium an der Harvard Uni-

versity, und Adona machte ihr Abitur in Berkely in Kalifornien! Der Hinweis auf diese Lebensläufe ist nicht als Vorwurf zu betrachten, zeigt aber gut die Differenz zwischen Geschichte, Projektion, PR-Aktionen und Gegenwart.

Aus Sicht einer Kritik an der Frauenberichterstattung in den verschiedenen Nahostkriegen der letzten Dekaden kommt dem Bild der syrischen Schauspielerin Fadwa Soliman eine weitere Bedeutung zu. Scharf abgegrenzt von der Medien-Muslima, die altmodisch, mittelalterlich anmutend, gläubig und mit Kopftuch oder gar in einer Burka daherkommt (vgl. dazu Klaus und Kassel 2003, S. 238–252 und Kapitel 15), verkörpert die junge Soliman die westlich fortschrittliche, emanzipierte und gebildete Frau aus dem Mittelstand. Während sich Syrien unter Anleitung der CIA einer Invasion von Waffen, Geld und Kommunikationstechnologien aus der Türkei und dem konservativen, ja reaktionären Saudi Arabien und aus aus Qatar – Sitz des TV-Senders *Al Jazeera* – ausgesetzt sieht, produzieren diese Länder, in denen Frauenrechte mit Füßen getreten werden, genauso wie die des Westens die stets alten dichotomischen TV-Bilder von entweder verschleiert am Bildrand herumsitzenden Frauengruppen oder von einer einzelnen am Westen ausgerichteten jungen intellektuellen Frau.

In der Tat ist die Berichterstattung der deutschen Medien über den Syrienkrieg katastrophal, genau so, wie sie Jürgen Todenhöfer im *Spiegel* beschrieben hat: »[Es gibt] eine merkwürdige Einseitigkeit. Die Rebellen bestimmen mit ihrer Medienstrategie die Wahrnehmung dieses Konflikts. Es werden Videos gefälscht, Aktivismus und Journalismus in einer sehr, sehr perfiden Weise vermischt‹, wie selbst Ihr vorzüglicher Fotograf Marcel Mettelsiefen[2] sagt. Die Story, die ich überall lese […] heißt immer: ›Ein Diktator tötet sein Volk.‹ Das geht an den Problemen Syriens vorbei« (*Spiegel*-Streitgespräch *Krieg ist nie fair,* Nr. 31/2012, S. 78 f.).

Liest man Jonathan Littells *Notizen aus Homs,* ein Tagebuch über seinen Undercover-Aufenthalt bei syrischen Rebellen vom 16. Januar bis 2. Februar 2012, dann wird recht schnell deutlich, wie sehr der syrische Bürgerkrieg (auch) ein Wahrnehmungskrieg des Westens ist, denn Littells Reise ist eine Auftragsarbeit der französischen Zeitung *Le Monde,* die seine Berichte im Februar 2012 veröffentlicht, bevor sein Tagebuch einige Wochen später als Buch erscheint. Medienrelevante Passagen, die deutlich machen, dass alle Rebellengruppen nahezu jede ihrer Aktionen filmen, sodass sie später über YouTube im Westen Entsetzen hervorrufen, die NATO zu einem Eingreifen drängen oder ihren Finanziers in der Türkei oder in Saudi Arabien als Beweis dafür gelten sollen, wie effektiv sie das Geld verwenden, finden sich in diesem Buch en masse:

> »Dann kommen die Alawiten ins Stadtzentrum, entführen Frauen, ficken unsere Töchter und filmen das. Sie stellen Videos ins Netz, um zu sagen: ›Seht, wir ficken sunnitische Mädchen.‹ Für uns als Araber und Muslime ist das sehr schlimm. […] Der Zug

> geht mit Fahnen, Fotos von shahids [Märtyrern, JB] und Pappschilder schwenkend die Straße entlang, einige Parolen sind auf Englisch (›We want international protection‹). […] Vor drei Tagen wurde ihnen eine Leiche übergeben, mit Folterspuren überall, von Elektroschocks etc. Vermutlich wurde er im Militärkrankenhaus getötet. Der Fall ist dokumentiert, die Leiche wurde auf Aljazeera gezeigt. […] Die Typen, die uns abholen sollen, sind nervös und die Spannung steigt schnell. Raed hat Angst, dass sie ihm die Fotos löschen. Ich schicke vorsichtshalber eine SMS an ›Le Monde‹. […] Bilal zeigt mir wieder etwas auf seinem Handy. Ein Mann, dessen ganzer Bauch offen ist, Lunge und Gedärme hängen heraus, die Ärzte versuchen sie wieder hineinzustopfen. All diese Handys sind Museen des Horrors. […] Dieses Internetcafé ist der Unterschlupf aller Aktivisten von Khaldije, die hier auf YouTube und in den sozialen Netzwerken die Arbeit ihres Tages posten, Filme von Demonstranten oder Gräueltaten. […] Ein Aktivist: ›Ihr seid hoffentlich nicht vom ›Figaro‹, oder? Der ›Figaro‹ ist wirklich korrupt.‹ Schon okay, wir sind von ›Le Monde‹. […] Abu Bilal ist bei uns und auch Omar Telawi, ein Aktivist, der bekannt ist für seine Videobotschaften, er war auch schon im Fernsehen, auf ›Aljazeera‹ und ›France 24‹.« (Littell 2012, S. 53, 64, 74, 75, 128, 132, 136 und 137).

Es ist genau dieses Phänomen einer Mediendoppelung oder das einer dynamischen Medienspirale zwischen TV und Handys, wie es inzwischen bei der Kriegsberichterstattung im Nahen Osten angesichts von Internet, Handys und YouTube üblich geworden ist. Ähnlich wie Littell schildert es der Schriftsteller Ilija Trojanow für Ereignisse im Juni 2007 in Pakistan:

> »So spielen sich viele Demonstrationen in Pakistan ab: Einige hundert jüngere Männer, Bildnisse des neuesten Sünders in der Hand, stehen herum, unterhalten sich, nehmen fotokopierte Zettel mit aufhetzenden Tiraden entgegen, rufen von Zeit zu Zeit einen Slogan aus und warten offensichtlich auf einen Startschuss. Zwischen ihnen bewegen sich zielstrebig einige pompöse Organisatoren, das Handy am Ohr. Dann tauchen die Fernsehkameras auf, und die Männer verwandeln sich in wütende Furien, dirigiert von den Rädelsführern mit den Handys, sie verzerren ihre Gesichter, sie schreien sich die Seele aus dem Leib, sie setzten die Bildnisse in Brand, bevor sie auf ihnen herumtrampeln. Kaum sind die Kameras verschwunden, beruhigt sich der Volkszorn wieder, und die Männer gehen bald darauf auseinander, um irgendwo einen Tee zu trinken, in Erwartung des nächsten Kampfaufrufes. Sie zählen die Münzen, die man ihnen zugesteckt hat – ihr einziger Tagesverdienst. Der öffentliche Zorn ist so groß wie der Fernsehbildschirm.« (Trojanow 2008, S. 139)

Am 8. März 2012, als ausländische Medien das Thema Fadwa Soliman längst abgegrast hatten, zog endlich auch die Abendausgabe der *ARD-Tagesthemen* mit

einem langen, positiven Porträt über die junge Rebellin nach: »Sie gibt dem Protest eine starke Stimme«, »ziviles Gesicht der Revolution«, »sie hat viele Freunde, die Mehrheit des Volkes«, »sie hat sich auf die Seite der Freiheit geschlagen ohne Wenn und Aber«, »wo sie auftaucht, sind ihr die Menschen dankbar«, »sie hat nicht nur Mut, sondern bislang auch einfach sehr viel Glück gehabt« usw. Als der Verfasser mit einem Schreiben vom 14. März 2012 die *ARD* nach den Quellen der Bilder für diesen Filmbeitrag fragte, erhielt er keine konkrete Antwort, stattdessen nur den vagen Hinweis des Zweiten Chefredakteurs Thomas Hinrichs, man müsse anonyme Filmemacher schützen. Und selbstverständlich merkt eine Politikredaktion der *ARD-Tagesschau* nicht den Widerspruch zu ihrer Soliman-Lobeshymne vom März 2012, wenn nur wenige Monate später das *Heute Journal* des *ZDF* in seiner Abendausgabe am 4. August 2012 einen Bericht darüber sendet, dass unter den syrischen Rebellen viele Salafisten aus Saudi Arabien seien und im Anschluss an diesen Filmbeitrag der *ZDF*-Redakteur Claus Kleber spöttisch und nur scheinbar naiv die Frage stellt, ob die CIA auf einmal die Salafisten finanziere.

Eingefangen in dem selbst gebauten Mediengefängnis, in dem (auch) deutsche Medien zu Opfern ihrer eigenen Mediendoppelungsstrategie werden, ist es nur folgerichtig, wenn die *tageszeitung* im Oktober 2012 völlig ungeniert, strafgesetz- und völkerrechtswidrig zu einem Krieg gegen Syrien aufruft. Unter der Überschrift *Eingreifen! Jetzt!* schreibt die *taz:* »Nur durch eine militärische Intervention ist das Morden überhaupt noch zumindest punktuell einzudämmen« (Johnson 2012). Zwar verbietet das deutsche Strafgesetzbuch in seinem § 80a ein Aufstacheln zum Angriffskrieg – »Wer im räumlichen Geltungsbereich dieses Gesetzes öffentlich, in einer Versammlung oder durch Verbreiten von Schriften zum Angriffskrieg aufstachelt, wird mit Freiheitsstrafe von drei Monaten bis zu fünf Jahren bestraft.« –, doch was kümmert die *taz* oder die Berliner Staatsanwaltschaft das deutsche Strafrecht?

2001 stellte der Politologe Thomas Meyer die *falsche* Frage, ob die Politik die Medien oder die Medien die Politik im Griff hätten (vgl. Meyer 2001). Falsch war die Frage deswegen, weil sie Gesellschaft als Interaktion handelnder Akteure und nicht als Struktur begreift. Wer strukturell argumentiert, wird sich zum Beispiel nicht darüber wundern können, dass eine Vielzahl von Regierungssprechern vor ihrer Tätigkeit als Regierungssprecher als Spitzenjournalisten bei der *Bild-Zeitung* oder bei den öffentlich-rechtlichen TV-Sendern tätig war. So war Regierungssprecher und Staatssekretär Peter Boenisch in der CDU-Regierung von Helmut Kohl vorher Herausgeber der *Bild-Zeitung,* Béla Anda, Staatssekretär und Regierungssprecher in der SPD-Regierung von Gerhard Schröder, war vorher ebenfalls bei der *Bild-Zeitung,* Steffen Seibert, der jetzige Regierungssprecher und Staatssekretär in der CDU-SPD-Regierung von Angela Merkel, war vorher politischer Redakteur beim *ZDF* und Georg Streiter, der heutige stellvertretende Regierungs-

sprecher, war früher Politikchef der *Bild-Zeitung*. Es geht um Strukturen. Und bei diesem Thema heißt die Struktur M hoch 5 (M^5) = Macht × Maschine × Militär × Männer × Medien.

Weit entfernt von der gegenwärtig katastrophal schlechten Medienberichterstattung über Kriege heben sich positiv die Kriegsreportagen einer Martha Gellhorn (1908–1998) ab:

> »Nachdem ich mein Leben lang Kriege beobachtet habe, halte ich sie für eine endemische menschliche Krankheit und Regierungen für die Überträger. Nur Regierungen planen, erklären und führen Kriege. Man hat noch nie etwas von Bürgerhorden gehört, die von sich aus den Sitz der Regierung gestürmt und wütend Krieg gefordert hätten. Sie müssen mit Hass und Furcht infiziert werden, bevor bei ihnen das Kriegsfieber ausbricht. Man muss ihnen beigebracht haben, dass sie von einem Feind bedroht und die Lebensinteressen ihres Staates gefährdet wären. Die Lebensinteressen des Staates, bei denen es sich stets um Macht dreht, haben nichts zu tun mit den Lebensinteressen der Bürger, die privat und einfach sind und bei denen es immer um ein besseres Leben für sie und ihre Kinder geht. Für solche Interessen tötet man nicht, man arbeitet für sie. […] Die Führer der Welt scheinen mit dem Leben hier unten auf der Erde die Fühlung verloren, die Menschen vergessen zu haben, die sie führen. […] Als eine von Millionen Geführten werde ich mich auf dieser hirnverbrannten Straße ins Nichts kein Stück mehr weitertreiben lassen, ohne meine Stimme zum Protest zu erheben.« (Gellhorn 2012, S. 25 und 19)

V. Vielfalt und Contra-Flow, Prävention und Friede

Einleitung

Als die Generalkonferenz der UNESCO am 20. Oktober 2005 ihre Konvention zum Schutz und zur Förderung der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen verabschiedete, da geschah das fast einstimmig. Zu den sehr wenigen Gegnern dieser Konvention, nach der jeder Staat das Recht hat, Maßnahmen zum Schutz der Vielfalt kultureller Ausdrucksformen so durchzuführen, wie er das für richtig hält, gehörten die USA. Damit reagierten die USA genauso wie 1978 bei der Massenmediendeklaration der UNESCO und dem MacBride-Bericht der UNESCO über »Kommunikation und Gesellschaft« von 1980: Damals hatte sich die UNESCO mit Mehrheit gegen den globalen Einbahnstraßenverkehr aller Informationsflüsse von Nord nach Süd ausgesprochen (sprich: sich gegen den weltweiten Medienimperialismus der USA gewandt) und eine weltweit andere und neuartige Balance gefordert. Nochmals und anders formuliert: Die USA als weltweiter Medienhegemon hat kein Interesse an einer Relativierung ihrer Machtposition.

Doch die Geschichte geht ihren Lauf. Immer mehr regionale TV-Zentren und Filmindustrien in Brasilien, Mexiko, Nigeria, Ägypten, Südafrika, Indien und China relativieren die TV- und Film-Dominanz der USA. Es ist in der Fachliteratur inzwischen gar vom Contra-Flow die Rede, also von Informationsflüssen, die nicht länger von Nord nach Süd, sondern von Süd nach Süd oder gar von Süd nach Nord fließen. Kulturelle Vielfalt könnte auf einmal eine neue Chance bekommen.

Allerdings ist der Konjunktiv angebracht. Mögliche US-amerikanische Einbrüche bei der weltweiten Dominanz in der (alten) TV-Technologie könnten erstens durch die Dominanz in der (neuen) Internettechnologie mehr als kompensiert werden (man denke an die globale NSA-Überwachung des Internets). Und zweitens sind die USA die treibende Kraft bei den gegenwärtigen TISA-Verhandlungen von 50 Ländern in Genf über die weltweite radikale Abschaffung marktfremder Kriterien für den Handel mit sämtlichen bisher öffentlichen Dienstleistungen (Bildung, Gesundheit, Kultur, Medien, Energie, Wasser usw.) (Jennar

2014). Eine völlige Übereignung von Medien und Kultur an den Privatsektor liefe auf eine Abnahme von kultureller Vielfalt, den Tod von Kleinkulturen und die Zunahme von homogenisierten Einheitsprodukten der weltweit jeweils stärksten Kultur- und Medienakteure hinaus.

Kulturelle Vielfalt ist eine notwendige, wenngleich keine hinreichende Bedingung für eine weltweite Friedenskultur und für Medien, die sich für den Frieden stark machen. Nur wenn man die Gründe dafür analysiert, warum sich Medien nicht für eine Friedenskultur engagieren, warum sie also systemisch versagen, kann man sich der Frage zuwenden, was Medien und Medienmacher für den Frieden tun können. Denn wer das Versagen nicht analysiert und sich nur der Frage nach der möglichen Friedensrolle der Medien zuwendet, handelt bestenfalls voluntaristisch und naiv, spielt aber schlimmstenfalls medialen Kriegstreibern in die Hände.

Denn erstens ist Friede natürlich bei Weitem mehr als die Abwesenheit kriegerischer Gewalt und zweitens sind die Grenzen zwischen Krieg und Frieden mehr als schwammig geworden, u. a. deswegen, weil sich die Zerstörungs- und Kriegstechnologien völlig verändert haben.

Über die Möglichkeit, Medien als Instrument zur Kriegsverhütung und – nach einem Krieg – als Möglichkeit einer Brücke zum Frieden anzuwenden, ist sehr viel weniger nachgedacht worden als über das Gegenteil. Das liegt, wie gesagt, in der Natur der Sache. Und trotzdem kann derjenige einem solchen Thema nicht ausweichen, der sich jenseits wissenschaftlicher Analysen auch einer Praxis des Friedens stellen will.

Der weltweite TV-Markt: Ende des US-Medienimperialismus?

17

Im Krieg der NATO gegen Jugoslawien fällte die US-amerikanische Regierung in einem Zeitraum von nur 14 Tagen im April/Mai 1999 drei wichtige und untereinander zusammenhängende medienpolitische Entscheidungen: Ende April bombardierten NATO-Flugzeuge den Hauptsitz der serbischen TV-Gesellschaft RTS in Belgrad mit 16 Toten und 13 Verletzten, wenige Tage später setzte die US-amerikanische Regierung die europäische Satelliten-Betreibergesellschaft EUTELSAT mit Erfolg unter Druck, die Ausstrahlung des serbischen Fernsehens über einen TV-Satelliten abzuschalten und gleichzeitig entschied sie sich, die Service-Provider für das Internet nicht abzuschalten zu lassen (wie sie das noch mit den Service-Providern in den arabischen Emiraten, die auch für Somalia zuständig sind, während der Landung US-amerikanischer Truppen im Winter 1992 in Somalia getan hatte).

Die in Kapitel 11 beschriebene lange, gleichwohl zu kurze, weil völlig inkomplette Liste der Zerstörung von TV-Übertragungsanlagen in Kriegen der letzten zwanzig Jahre ist ein Indikator dafür, dass gerade Militärs sich der Bedeutung des Fernsehens sehr wohl bewusst sind. Es gibt vier weitere Momente, die verdeutlichen, warum das Militär das Fernsehen so wichtig nimmt. Erstens: Das Timing von TV-Sendungen, das dann optimal ist, wenn sich – wie im Fall der Landung der US-amerikanischen Truppen in Somalia – das Pentagon und *CNN* darauf einigen, dass die Truppenlandung in der Primetime stattfindet. Zweitens kann man bei den Auswahlkriterien der Journalisten im Programm des *embedded journalism* aus dem Irakkrieg lernen, dass den Militärs TV-Journalisten viel wichtiger sind als Journalisten der Printmedien (vgl. Schwarte 2007). Drittens wirkt, wie weiter oben schon erwähnt (siehe Kapitel 11.5), auf US-amerikanischer Seite immer noch die Dolchstoßlegende nach und wird von den Militärs in der Öffentlichkeit entsprechend instrumentalisiert, nach der die USA den Vietnamkrieg wegen der freien Kriegsberichterstattung zu Hause im Wohnzimmer verloren hätten

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_17,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

(obwohl diese These empirisch falsch ist[1]). Und schließlich hat sich viertens die soziale Konstruktion von Kriegsbildern im Fernsehen durch die Tätigkeit von im Auftrag von kriegführenden Regierungen handelnden PR-Agenturen (vgl. Tabelle 1.1) derartig professionalisiert und verwissenschaftlicht, dass man inzwischen von einem systematischen *war branding* sprechen muss. Jeder Krieg wird so zu einer spezifischen audiovisuellen Fernsehkonstruktion, die ihn unverwechselbar von einem anderen Krieg unterscheidet.

Freilich muss man auch sehen, dass das Militär im Vergleich zum zivilen Unterhaltungssektor sehr lange gebraucht hat, um zu erkennen, dass das Fernsehen gegenwärtig weltweit das massenmediale Leitmedium ist und auf absehbare Zeit bleiben wird – trotz Internet (nicht zuletzt aufgrund des Rieplschen Gesetzes – vgl. dazu Riepl 1972, S. 5 –, das besagt, dass kein neues Medium das jeweils davor gelagerte alte Medium ersetzen wird.) Anders formuliert: Sowohl für Friedensforscher als auch für Militärs muss es von außerordentlich hohem Interesse sein, darüber nachzudenken, wie sich die weltweiten Strukturen des TV-Marktes verändern. Und selbstverständlich gilt für das Medium Fernsehen zweierlei: Erstens dient TV der Unterhaltung und zweitens ist das Unpolitische das eigentlich Politische oder um es mit Rosa Luxemburg zu sagen: »Unpolitisch sein heißt politisch sein, ohne es zu merken!«[2]

17.1 Methoden- und Messprobleme

Im methodisch strengen Sinne sind empirisch belastbare und valide Aussagen über den Welt-TV-Markt nicht möglich. Hatte die UNESCO früher in unregelmäßigem Abstand jeweils einen *World Communication Report* und einen *World Information Report* veröffentlicht, so erschien nach dem gemeinsamen *World Communication and Information Report* von 1999 kein weiterer Bericht. Und nur ein einziges Mal hatte die UNESCO einen so wichtigen Bericht wie den über weltweiten Außenhandel mit Kulturgütern vorgelegt – 1986 unter dem Titel *International Flows of Selected Cultural Goods.* Auf der privatwirtschaftlichen Ebene von Verlagen gab es im Jahre 2000 einmal (und nicht wieder) den *Atlas of Media and Information* des Penguin-Verlages und seitens der französischen Monatszeitschrift *Le Monde Diplomatique* gibt es von Zeit zu Zeit einen *Atlas der Globalisierung,* der ab und zu auch globale Mediendaten analysiert. Freilich liegt die Qualität der beiden zuletzt genannten Atlanten eher auf dem Niveau eines sehr guten Schulunterrichts als auf dem der Wissenschaft. Weitere Methoden- und Messprobleme rühren daher, dass das Gut Fernsehen aus der Sicht des Europäischen Gerichtshofes, der EU-Kommission und der Welthandelsorganisation (WTO) als Dienstleistung und nicht als Kulturgut zu begreifen ist. Zwar hatte sich die Doha-Runde der

WTO im Rahmen des Übereinkommens über handelsbezogene Aspekte der Rechte des geistigen Eigentums (TRIPS) prinzipiell auf eine sogenannte Liberalisierung von Dienstleistungen, also auch des TVs, geeinigt – was, nebenbei gesagt, das endgültige Ende für das öffentlich-rechtliche Fernsehen sowohl in Deutschland als auch in Österreich oder das des Staats-TV im WTO-Neumitglied China mit sich bringen wird –, doch bedeutete der Verhandlungsstillstand dieser Runde seit 2003 eben auch einen Stillstand in der Produktion vergleichbarer Daten über den Welt-TV-Markt. Weitere und vielfache Methoden- und Messprobleme rühren daher, dass unter dem Vorzeichen technologischer Konvergenz nicht länger trennscharf zwischen Endgeräten (TV, PC), Übertragungswegen (terrestrisch, Kabel, Satellit) und Abspielorten (Streamingplattformen wie beispielweise YouTube) unterschieden werden kann und Spielfilme nicht nur in Kinos, sondern auch im Fernsehen, auf Videokassetten, DVDs und Handys angesehen werden können. Und schließlich herrscht auch in der politologischen oder kommunikationswissenschaftlichen Fachliteratur keinerlei Einigkeit darüber, wie denn nun Macht, Größe, Einfluss, Marktgröße verschiedener TV-Sender zu messen und miteinander zu vergleichen wären: Marktanteil? Eigentümer? Unternehmensgröße? Umsatzgröße? Senderreichweite?

17.2 Regionale Dynamiken

2010 veröffentlichte die NGO World Association for Christian Communication eine weltweite inhaltsanalytische Studie über Themenschwerpunkte in TV-Nachrichten in 42 Ländern der Erde vom Stichtag 10. November 2009.

Wie erwartbar zeigen die in Tabelle 17.1 wiedergegebenen Ergebnisse regionale Ähnlichkeiten und Unterschiede. Homogenisiert und für alle TV-Regionen gültig, bestätigt sich zum erneuten Mal die Nachrichtenwerttheorie von Johan Galtung (vgl. Galtung und Ruge 1965): Harte Nachrichten mächtiger Akteure dominieren softe Nachrichten kleiner Akteure. Spannender jedoch als die Ähnlichkeiten sind die regionalen Unterschiede: Auffallend klein ist mit fünf Prozent aller TV-Nachrichten der Gewaltanteil bei den TV-Sendern im Nahen Osten, während er mit 23 Prozent bei den TV-Sendern der Karibik am höchsten ist. Verblüffend unterschiedlich sind auch die prozentualen Sendeanteile hinsichtlich der Aufmerksamkeit gegenüber Politik und Regierung. Dieser Anteil ist mit 59 Prozent im Nahen Osten am höchsten, in der Karibik mit 19 Prozent am geringsten.

Naher Osten: Wenn, wie Heraklit sagt, der Krieg der Vater aller Dinge ist, dann trifft dies ganz sicherlich auch auf die gegenwärtig zu beobachtende Regionalisierung des Fernsehens im Nahen Osten und im arabischen Raum zu. Wurde

Tabelle 17.1 Themen in den TV-Nachrichten der Welt (2010) (Anteile in Prozent)

	Afrika	Asien	Karibik	Europa	Latein-amerika	Naher Osten	Pazifik
Politik und Regierung	25	31	19	26	27	59	26
Wirtschaft	19	17	15	16	18	8	11
Wissenschaft und Gesundheit	9	7	11	11	12	7	10
Soziales und Recht	21	13	16	12	17	12	19
Verbrechen und Gewalt	18	22	23	19	20	5	18
Berühmte Leute, Kunst, Medien und Sport	6	8	14	14	5	7	14

Quelle: World Association for Christian Communication 2010, S. 12

die globale TV-Berichterstattung im Zweiten Golfkrieg 1991 durch den US-amerikanischen TV-Sender *CNN* monopolisiert (vgl. Vincent 1992) – die kommunikationswissenschaftliche Fachliteratur schuf ob dieser Dominanz sogar den Fachbegriff des *CNN*-Faktors (vgl. Robinson 2002) –, dann war es genau dieser *CNN*-Faktor, der die arabische Welt zu Gegenmaßnahmen motivierte. Sowohl der seit 1996 von Qatar aus sendende TV-Sender *Al Jazeera* (vgl. ausführlich Becker und Khamis 2010) als auch der von London aus seit 2003 sendende saudi-arabische TV-Sender *al-Arabia* verstehen sich explizit als Reaktion auf die *CNN*-Dominanz im Zweiten Golfkrieg. Die arabische Welt wollte sich einen weiteren möglichen US-amerikanischen Krieg auf eigenem Boden nicht wieder von *CNN* erklären lassen. Und es waren dann weitere US-amerikanische Kriege, die gerade *Al Jazeeras* Popularität und Glaubwürdigkeit endgültig befestigten, nämlich der Afghanistankrieg von 2001 und der Irakkrieg von 2003.

So ist das (einmal mehr) in den internationalen Beziehungen – man weiß nicht genau, was die Haupt- und was die Nebeneffekte sind: Was als US-amerikanischer Krieg begann, verwandelte sich mit dem TV-Sender *Al Jazeera* über die Zeit in die weltweit stärkste Infragestellung der bis dahin unangefochtenen weltweiten Dominanz US-amerikanischer TV-Sender. Darauf reagierten die USA und der Westen ausgesprochen aggressiv. Wie schon weiter oben erwähnt (siehe Kapitel 11.4): Völkerrechtswidrig (I. Zusatzprotokoll zum Genfer Protokoll) bombardierte die US-amerikanische Luftwaffe im November 2001 das *Al-Jazeera*-Büro in Kabul und im April 2003 bombardierte sie das *Al-Jazeera*-Büro in Bagdad, wobei der *Al-Jazeera*-Korrespondent Tariq Ayyoub getötet und sein Mitarbeiter Zuhair

al Iraqi verwundet wurde. Auch die schon erwähnte Inhaftierung des sudanesischen *Al-Jazeera*-Kameramanns Sami al Haj durch US-amerikanische Militärangehörige im Januar 2002 in Afghanistan und seine Verschleppung nach Guantanamo gehört zu diesen Reaktionen.

Der von Samuel Huntington ausgerufene *Kampf der Kulturen* – wissenschaftstheoretisch ein ausgesprochen oberflächliches, gleichwohl politisch sehr folgenschweres Buch – dynamisiert sich gegenwärtig weltweit als eine Auseinandersetzung um TV-Marktanteile und -Reichweiten durch zahlreiche Newcomer, möglicherweise am schärfsten im Nahen Osten und im arabischen Raum. Und auf die endogene Dynamik in diesem Raum reagiert wiederum der Westen mit neuen Initiativen: Seit 2003 kooperiert die *Deutsche Welle* mit *Abu Dhabi TV*. Aus ähnlichen Gründen begannen *Russia Today* und *France 24* mit Sendungen auf Arabisch, verschaffte auch die *BBC* ihrem arabischen Programm einen neuen Auftritt und starteten die USA 2004 ihre Propagandaoffensive mit dem eigenen TV-Kanal *al-Hurra.* Das 600 Millionen teure US-Dollar-Projekt *al-Hurra* ist freilich ein Flop: 30 Prozent aller Saudis schalten zwar *Al Jazeera* ein, aber nur zwei Prozent *al-Hurra.* Und: *Al Jazeera* belegt inzwischen einen vorderen Platz bei internationalen Markenranglisten. In den jüngsten Rebellionen in den arabischen Ländern, besonders in Ägypten, hat *Al Jazeera* eine herausragende Rolle bei der Politisierung der Bevölkerung gespielt – und dieser TV-Sender war hierbei bei Weitem wichtiger als die viel diskutierten sozialen Medien Facebook und Twitter. Das hängt mit zwei Dingen zusammen: Zum einen ist die Internetverbreitung in den arabischen Ländern so gering, dass soziale Medien nur von der prozentual kleinen Mittelschicht genutzt werden und deswegen keine nennenswert großen Reichweiten erzielen können. Zum anderen hatte *Al Jazeera* schon vor längerer Zeit eine Spezialeinheit sogenannter Mobiler Reporter aufgebaut: Das sind Jugendliche, die neueste Handys testen und die andere Jugendliche vor Ort anleiten, damit heimlich zu filmen, Interviews aufzuzeichnen und Kurzbeiträge zu schneiden. So hatte *Al Jazeera* während der Demonstrationen auf dem Tahrir-Platz in Kairo im Februar 2011 sechs solcher Teams mit insgesamt 18 Journalisten vor Ort und konnte die einheimische Sendezentrale in Qatar rund um die Uhr mit Bildern beliefern (vgl. Schmidt 2011, S. V2/3).

Indien: Wie in ganz Asien (vgl. Becker und Luger 2002), so änderte sich auch in Indien die TV-Landschaft nach dem Zusammenbruch Osteuropas drastisch. Auch Indiens TV-Landschaft privatisierte sich schnell und umfassend (vgl. Becker 2003, S. 40). Die Folge war nicht nur eine enorme Zunahme an Unterhaltung und eine enorme Abnahme von Information und Erziehung, sondern vor allem in neuen TV-Sendern die Präsenz von unzähligen Sprachen Indiens, die bis dato im Fernsehen überhaupt nicht zu hören gewesen waren. Die privatwirtschaftliche indische

TV-Dynamik ging also mit einem Emanzipationsakt für viele indigene Sprachen einher und verringerte die von vielen Indern als kolonial empfundene Dominanz von Hindi und Englisch. Gerade das Verhältnis zwischen Muttersprache und TV-Nutzung in Indien zeigt deutlich, dass man sehr vorsichtig mit der These sein muss, transnationales Satelliten- und Kabelfernsehen würde einheimische Sprachen und Kulturen zurückdrängen. Zumindest das indische Beispiel lehrt das Gegenteil: Fernsehen löst eine Renaissance der Muttersprachen aus!

China: Nach dem PR-, Image- und TV-Desaster, das die VR China bei der negativen Berichterstattung über die Olympischen Spiele im Sommer 2008 erlebte, entschloss sich das chinesische Staatsfernsehen CCTV zu einer intensiven Auslandsoffensive. Der chinesische TV-Sender CCTV ist eines der größten Medienunternehmen der Welt. Er strahlt 16 TV-Programme aus und erreicht täglich bis zu 1,3 Milliarden Menschen. Hatte CCTV bereits im Jahr 2009 einen arabischsprachigen TV-Kanal für die rund 300 Millionen Menschen in den 22 Ländern des Nahen Ostens und im Maghreb ins Leben gerufen, so startete im Juli 2010 *CNC World* – eine Art chinesisches *CNN* in englischer Sprache – seine weltweite Sendetätigkeit. Dieser neue internationale TV-Nachrichtensender ist ein gemeinsames Produkt von CCTV, der Nachrichtenagentur Xinhua und der Beijinger Volkszeitung (Renmin Ribao) der KP; er ist Teil einer fünf Milliarden Euro teuren Initiative zum Aufbau einer globalen Medienpräsenz, insbesondere auch in Schwarzafrika (vgl. Luther 2011, S. 11). Parallel dazu baut die VR China zurzeit in vielen Ländern ein Netz von auswärtigen Kulturinstituten, den Konfuziusinstituten, auf, und zwar in Struktur und Funktion in Anlehnung an die deutschen Goethe-Institute. Diese neuen chinesischen Aktivitäten zum Aufbau einer nach außen gerichteten chinesischen Medienpräsenz stehen im Kontext folgender nach innen gerichteter Medienaktivitäten: Sowohl beim Aufbau des Internets als auch beim Aufbau des innerchinesischen TV-Marktes wird großen ausländischen Investoren erst dann ein Zutritt zum chinesischen Markt gewährt, wenn einheimische Unternehmen den chinesischen Markt schon dominant besetzt haben. Dementsprechend erhielt der international wichtigste TV-Mogul, Rupert Murdoch aus den USA, mit seinem TV-Sender *Star-TV* nie eine Erlaubnis zur Einspeisung seiner TV-Programme ins chinesische TV-Kabel-Netz (trotz heftigster ökonomischer Anstrengungen). Ganz ähnlich hatte übrigens Indien gegenüber Murdochs Avancen reagiert: Auch hier hielt ihn Indien aus den TV-Kabel-Netzen sehr bewusst heraus. Chinas und Indiens Fernsehwelten sind inzwischen derartig groß und präsent geworden, dass die englische Spezialzeitschrift *Global Media and Communication* den TV-Märkten dieser beiden Länder in ihrer globalen Relevanz unter dem Titel »Chindia and Global Communication« vor einiger Zeit ein Sonderheft gewidmet hat (vgl. *Global Media and Communication* 2010, Nr. 3).

Afrika: Wie bei vielen anderen Vergleichen, so ist Afrika auch im Bereich des Fernsehens ein Spezialfall. Abgesehen von Nord- und Südafrika bleibt das dazwischen liegende Schwarzafrika eine Region des Radios (vgl. Becker und Oesterheld 2002). Allerdings besitzen in Schwarzafrika nur 18 Prozent der Bevölkerung ein Transistorradio, jedoch haben 60 Prozent aller Menschen Zugang zu einem solchen. Vier Prozent der Schwarzafrikaner besitzen ein TV-Gerät und ebenfalls vier Prozent haben einen Internetzugang. In einigen Ländern Afrikas dynamisiert sich die einheimische Filmindustrie. Das gilt insbesondere für Nigeria, wo die Film- nach der Erdölindustrie inzwischen die zweitstärkste Industrie des Landes ist. Mit einer Jahresproduktion von rund 900 Spielfilmen steht Nigeria nach einer Statistik der UNESCO an zweiter Stelle hinter Indien und vor den USA. Abspiel- und Vertriebsorte der nigerianischen Filme sind weniger Kinos, sondern vor allem private Videokinos, der Vertrieb erfolgt insbesondere über DVDs, vertrieben werden die Filme auch in der europäischen und US-amerikanischen Diaspora und sie werden in Südafrikas TV-Kanal *Africa Magic* gesendet (vgl. Krahe 2010; Rodek 2011, S. 17). In namentlicher Parallele zur in Bombay angesiedelten und als Bollywood bezeichneten indischen Filmindustrie spricht man hinsichtlich der Film- und Videoproduktion Nigerias inzwischen von Nollywood, und genau unter dem Titel *Nollywood in Africa* widmete sich eine internationale Konferenz Ende Juli 2011 an der Pan-African University in Lagos ausschließlich dem Boom dieser nigerianischen Filme.

Lateinamerika (vgl. Orozsco Gómez und Vassallo de Lopes 2009): Die beiden TV-Hochburgen Lateinamerikas waren und sind Mexiko und Brasilien respektive die beiden dort ansässigen TV-Konzerne *Televisa* und *TV Globo.* Beide Konzerne sind seit Langem aktiv am Globalisierungsprozess des Fernsehens insofern beteiligt, als ihre zahlreichen Telenovelas inzwischen zu rund 80 Prozent für den Export produziert und als Billigkonkurrenz für Hollywoodprodukte mit großem Erfolg in alle Welt verkauft werden, besonders in kleine finanzschwache Länder wie Vietnam, Bangladesch oder Estland. Mehrere indische TV-Sender ahmten in eigenen Soaps dieses sehr spezifische TV-Format aus Lateinamerika nach. Spannender für einen Politologen ist aber die Tatsache, dass es einen sehr engen Informationsaustausch zwischen *Al Jazeera* auf der einen und Venezuela und Brasilien auf der anderen Seite gibt. Der 2005 gegründete multistaatliche TV-Sender *teleSUR* (Fernsehen des Südens) der Mitgliedsländer Argentinien, Bolivien, Kuba, Ecuador, Nicaragua, Uruguay und Venezuela mit Sitz in Caracas versteht sich als Nachahmer von *Al Jazeera* auf dem Weg zu einem TV-Kanal für die Integration Lateinamerikas. Der Mehrstaatensender *teleSUR* hat sich den Ausspruch des uruguayischen Künstler Joaquín Torres García (1874–1949) »Unser Kompass zeigt gen Süden« als Motto erkoren. Und dieses Motto stand während der Rebellionen

in den arabischen Ländern für eine bemerkenswerte Dynamik, berichtete doch gerade *teleSUR* sehr ausführlich über diese Unruhen und verfestigte somit zwischen einigen Ländern des Nahen Ostens und den Ländern der bolivarischen Bewegung in Lateinamerika eine Kooperation, die sich immer stärker auch in anderen Politikfeldern (Erdöl, Energie) zeigt.

USA und Europa: Die TV-Märkte dieser beiden Regionen sind am stärksten miteinander verwoben und verknüpft; unter anderem deswegen, weil es die ältesten Märkte sind und weil sie kulturell eher ähnlich als verschieden sind. Nach einer Einschätzung des englischen Kommunikationswissenschafters Jeremy Tunstall haben die USA gegenüber Europa die Nase bei Spiel- und Unterhaltungsfilmen, Sitcoms, TV-Serien und Rechten an TV-Formaten vorn. Auch bei anderen Massenmedien dominieren sie die Europäer klar, nämlich bei Kabel-TV, Pop-Musik, Internet, Werbung und Büchern. Zusammenfassend schätzt der Autor das gegenwärtige Medienmachtverhältnis zwischen den USA und Europa auf zehn zu sechs zugunsten der USA (vgl. Tunstall 2008, S. 281). Freilich ist diese US-Dominanz gegenüber Europa in mehrfacher Hinsicht ins Wanken geraten. Zu denken ist hier erstens an die erfolgreiche traditionelle französische audiovisuelle Politik einer *exception culturelle,* die den Dienstleistungsbegriff für Film und TV ablehnt, zweitens an die beiden Fassungen der EU-TV-Richtlinie, die eine Soll-Quotierung für europäische Spielfilme im europäischen Fernsehen von 50 Prozent vorsieht, und drittens auch an kleine Nadelstiche gegen Hollywood, wie vor einiger Zeit der der katalanischen Provinzregierung, die im Juli 2010 ein Gesetz erließ, dass mindestens die Hälfte aller ausländischen Filme in einer katalanischen Fassung gezeigt werden muss. Gegenwärtig ist eine eigenständige Kulturproduktion der Europäer gegenüber den USA erneut durch das geplante Transatlantic-Trade-and-Investment-Partnership-Abkommen (TTIP) gefährdet, da sowohl TV als auch E-Books – dank der Lobbyarbeit von Amazon und Google – als Dienstleistung definiert werden und insofern nicht unter den vom TTIP ausgesparten Kultursektor fallen.

17.3 Transnationale Dynamiken

Migration: Alle gegenwärtigen Migrationsbewegungen unterscheiden sich von ihren historischen Vorläufern dadurch, dass angesichts a) grenzüberschreitender Kommunikationsmedien (Satelliten-TV, Internet, Handy) und b) persönlicher Mobilität (Tourismus, Arbeitsmärkte) die einst klaren Grenzen zwischen Mutterland/Diaspora, Heimat/Fremde, Muttersprache/Zweitsprache fließend geworden sind. In der Folge bilden sich multikulturelle Nischenmärkte für ethnische Medien in den Diasporaländern heraus. Ein einst kulturell recht homogener Me-

dien- und TV-Markt fragmentiert sich. In Deutschland kann man das gut an der TV-Nutzung türkischer (vgl. Becker und Calagan 2002, S. 75–102) oder arabischer (vgl. Pies 2008, S. 395–421; vgl. auch Sakr 2008, S. 277–300; Ferjani 2009, S. 405–428) Migranten beobachten und in Kalifornien bei den Hispanics (vgl. Franquet und Ribes 2007, S. 64–72). Deren TV-Nutzung orientiert sich vornehmlich an vertrauten Identitätsmustern wie Sprache, Musik, Geschmack und Kultur und verfestigt sich bei einem beträchtlich großen Prozentsatz auch über die dritte Generation hinaus. Freilich hängt es von einer Vielzahl gesellschaftlicher Bedingungen (u. a. Gruppengröße, Aufenthaltsdauer, kulturelle Nähe/Distanz zur Einwanderungsgesellschaft, Auswanderungsgrund) ab, ob die Diaspora wie bei den indischen Communitys in London und Kalifornien, New York und Illinois zu einem Sprungbrett der einheimische Filmindustrie für eine erfolgreiche Globalisierungsstrategie (Bollywood) werden kann (vgl. Becker und Oesterheld 2004); werden Migranten in der Diaspora medial völlig marginalisiert, was weitaus häufiger der Fall ist (vgl. Sinclair 2009, S. 177–196), ergeben sich solche Möglichkeiten kaum. Für den europäischen Kontext sei in diesem Zusammenhang nur kurz darauf verwiesen, dass die friedenspolitisch so wichtige KSZE-Schlussakte von Helsinki 1975 in Korb III Wanderarbeitern das Recht zusichert, »regelmäßige Informationen in ihrer eigenen Sprache sowohl über ihr Herkunftsland als auch über das Aufnahmeland zu erhalten.«

Sport: Sport und Fernsehen bilden weltweit eine ungeheuer finanzintensive und mafiöse Mesalliance, die keiner Transparenz zugänglich ist. Während in den 1990er Jahren durchaus noch viele Länder zu finden waren, in denen der aus England und dort von der Arbeiterklasse herkommende Fußball nur eine von mehreren häufig ausgestrahlten TV-Sportarten war – herausragend in diesem Sinne Sumo-Ringen im japanischen TV oder Badminton im malaysischen TV – so wurden solche nationalen und/oder kulturelle Sportarten inzwischen mehr und mehr an den jeweiligen nationalen TV-Rand gedrängt. Eine von Europa ausgehende transnationale Dynamik hat zu einer beeindruckend-langweiligen TV-Homogenisierung, nicht zu einer TV-Vielfalt geführt (vgl. Crispin 2004, S. 50–53).

Religion: Schließlich muss jenseits regionaler TV-Dynamiken an dieser Stelle auch auf die beiden weltweit wichtigsten sozialen Bewegungen und deren TV-Aktivitäten verwiesen werden. Damit sind sowohl die islamischen als auch die pfingstkirchlichen Bewegungen in vielen Ländern der Welt und insbesondere in Millionen-Großstädten wie Istanbul, Kairo, Lagos oder Sao Paulo gemeint. Sie müssen an dieser Stelle deswegen erwähnt werden, weil sie alle ausgesprochen medienaffin arbeiten, weil es weltweit Hunderte religiöser TV-Sender gibt und weil religiöse TV-Sendungen einen sehr großen Zuspruch finden.

Auf islamischer Seite sei hier auf eine Live-Castingshow des malaysischen TV-Senders *Astro Oasis* verwiesen, der 2010 mit dem Religionsschüler Muhammad Asyraf Mohamad Ridzuan den besten Imam Malaysias kürte, oder auf religiöse Sendungen des saudi-arabischen TV-Senders *Iqra,* die gerade junge in Deutschland lebende Araber gern sehen, um ein positives Selbstbild des Islam zu erhalten. Zu denken ist auch an die ägyptische Sexualforscherin Heba Qotb, die mit ihrer offenen, gleichwohl streng muslimischen Sexualaufklärungssendung Kalam Kabir (große, ernsthafte Debatte) im ägyptischen Privatsender *al-Mahwar* alle TV-Zuschauerrekorde bricht, an den islamisch-religiösen Fernsehsender *Samanyolu-TV* in der Türkei, an den privaten deutschen TV-Sender *RTL II,* der während des Ramadan 2010 zum ersten Mal für 30 Tage die Zeiten des Sonnenauf- und -untergangs ins Programm einblendete, an den rauschenden Exporterfolg der türkischen TV-Soap *Noor* – zwar nur eine Soap, aber durchaus islamisch – in alle arabischen Ländern oder generell an die Tatsache, dass der Fastenmonat Ramadan in den arabischen Ländern seit einigen Jahren für eine steigende Zahl von Angehörigen einer zahlungsfreudigen Mittelschicht immer mehr auch zu einem Monat des Fernsehrauschs (inkl. drastisch gestiegener Einnahmen aus der Fernsehwerbung) geworden ist (vgl. Naggar 2008, S. 18). Parallel dazu entdecken westliche Werbeagenturen seit Kurzem mit zielgruppengerechten TV-Werbefilmen den weltweiten muslimischen Konsumgütermarkt, den sie in ihrer Homogenität und Größe als noch wichtiger einschätzen als den TV-Werbemarkt in ganz China (vgl. Googh 2010, S. 1 und 16).

Auf evangelikaler Seite geht es z. B. um das pfingstkirchliche TV-Netzwerk *Record* in Brasilien, die TV-Aktivitäten des nigerianischen Pastors Sunday Adelaja in der Ukraine oder die TV-Aktivitäten der deutschen evangelikalen Nachrichtenagentur *Idea.*

Die sogenannten bunten Revolutionen: In den letzten zehn bis zwanzig Jahren gab es in verschiedenen Ländern und Regionen friedliche Regimewechsel oder Versuche in dieser Richtung: Jugoslawien (2000), Georgien (2003), Ukraine (2004), Kirgisien (2005), Libanon (2005), Belarus (2006), Tibet (2008) und Ägypten (2011). Zur Finanzierung dieser bunten Revolutionen hat die US-amerikanische Regierung in den letzten Jahrzehnten unzählig viele Regierungsabteilungen, öffentliche Stiftungen, Initiativen, Gesellschaften, Aktionsbündnisse, Gruppen und NGOs gegründet, unterstützt und lanciert, die einen gewaltfreien Regime- und Systemwechsel initiieren sollten oder initiiert haben, oft (aber nicht immer) erfolgreich. Zu diesen Gruppen gehören beispielsweise: United States Agency for International Development (USAID), National Endowment for Democracy (NED); Centre for Human Rights and Democracy (CHRD); Project for the New American Century (PNAC); National Democratic Institute (NDI); Eurasia-Stiftung; Repub-

lican Institute (IRI); Freedom House; Committee on the Present Danger (CPD); Foundation for the Defense of Democracies (FDD). Zu nennen sind außerdem die von George Soros gegründeten und finanzierten Open Society Foundations (OSF) und die von seiner Tochter Andrea Soros Colombel initiierte Trace Foundation (vgl. dazu Pandolfi 2000, S. 97–105; Huber 2005; Engdahl 2005; Becker 2006, S. 117–124; Laughland 2009, S. 24–37; Susman 2010).

In einem Überblick über Trends im weltweiten TV-Markt müssen diese Regimewechsel deswegen erwähnt werden, weil sie allesamt Medien- und TV-Revolutionen waren. Allein für Medienmanipulationen in Venezuela haben zwischen 2008 und 2010 die drei Institutionen Panamerican Development Foundation (PADF), Freedom House und die US Agency for International Development (USAID) insgesamt 4 Millionen US-Dollar ausgegeben (vgl. Gollinger 2010), ganz zu schweigen von den tendenziösen Medienkampagnen, die die NGO Reporter ohne Grenzen seit 2007 gegen die Medienpolitik des demokratisch gewählten Präsidenten Hugo Chavez in Venezuela durchführte (vgl. dazu detailliert Groß und Sieker 2007).

Contra-Flow-Studien: Bereits 1992 legten die beiden englischen Kommunikationswissenschaftler Oliver Boyd-Barret und Daya Kishan Thussu ein Buch unter dem Titel *Contra Flow in Global News* vor (vgl. Boyd-Barret und Kishan Thussu 1992). Was meint dieser seltsame Begriff, der dahinterstehende neue Ansatz? In der höchst kontroversen Debatte um eine Neue Internationale Informationsordnung (NIIO) in den UNESCO-Gremien der 1970er und 1980er Jahre ging es um den sogenannten *free flow of information* (ein neoliberales Konzept des freien Welthandels mit der Ware Information) vs. den *balanced* (oder *fair*) *flow of information* (ein Schutzkonzept für schwache Welthandelspartner der Ware Information). Seitens der Blockfreien Bewegung und der Länder der Dritten Welt gab es in der damaligen Debatte um die Dominanz der USA und der anderen nördlichen Industrieländer den Vorwurf, die Informationen würden sich auf einer Einbahnstraße von Nord nach Süd bewegen (Medienimperialismus). Der Contra-Flow-Ansatz von Boyd-Barret und Thussu geht davon aus, dass schwache Akteure aus dem Süden inzwischen einen Machtzuwachs zu verzeichnen haben und dass es eine selektive und resignative Position sei, sich empirisch wie theoretisch auf die globale Mediendominanz der USA zu konzentrieren. Die Tatsache, dass es inzwischen einen eigenen Forschungszweig *Contra-Flow-Studien* mit erheblichen empirischen wie theoretischen Kontroversen gibt, zeigt, dass das alte, platte Paradigma der US-Dominanz am Umkippen ist, dass neue Strukturen heranwachsen.

17.4 Are The Media Still American?

1977 veröffentlichte der schon erwähnte Jeremy Tunstall ein Buch unter dem Titel *The Media are American.* Was meinte er damit? Er definierte Kulturimperialismus als einen politischen Prozess, »in dem eine authentische, traditionelle und lokale Kultur […] durch einen wahllosen Schuttplatz von glitschigen Werbe- und Medienprodukten, die meistens aus den USA kommen, zerschmettert und zerstört wird« (Tunstall 1977, S. 57). Was Tunstall damals deskriptiv beschrieb (und kritisierte), kommt in ähnlichen Worten noch heute daher, aber diesmal vom Mainstream der US-amerikanischen Außenpolitik und Public Diplomacy und nun normativ und als positives gewendet. Aus der Perspektive eines David Rothkopf, Mitglied im Council on Foreign Relations und in der Carnegie-Stiftung sowie stellvertretender Staatssekretär in der Clinton-Regierung, heißt das dann: »Globalisierung ist ein vitaler Schritt in Richtung auf eine stabilere Welt und ein besseres Leben für die Menschen. All das hat ernsthafte Implikationen für die Außenpolitik der USA. Im gegenwärtigen Informationszeitalter besteht eine der zentralen Aufgaben der US-amerikanischen Außenpolitik darin, den Kampf um die Informationsflüsse der Welt zu gewinnen. Die USA müssen die Radio- und TV-Wellen beherrschen wie Großbritannien einst das Meer.« (Rothkopf 1997, S. 38 ff.).

Alle bisherigen Ausführungen und Argumente ebenso wie ein Blick auf Abbildung 17.1 zeigen freilich auf, dass die weltweite Dominanz US-amerikanischer Medien, insbesondere auch die des Fernsehens, erschüttert ist. Das heißt nicht, dass US-amerikanische Medien auf dem Weltinformationsmarkt keine Rolle mehr spielen würden, es heißt nur, dass deren Marktanteil stagniert oder sogar absinkt, dass z. B. die TV-Dynamik außerhalb der USA bei Weitem größer ist als in den USA.[3] Eine Stagnation auf dem Weltmarkt heißt außerdem nicht, dass sich die USA und Europa dieser Situation nicht bewusst wären.

Ganz das Gegenteil ist der Fall, wie an drei Beispielen verdeutlicht werden kann. Erstens gibt es zur Zeit im gesamten arabischen Raum ein europäisches und US-amerikanisches »Aufrüsten« mit westlichen Auslandssendern wie *BBC, CNN, France 24,* der *Deutschen Welle* und *al-Hurra,* wie es für den Radio-Kurzwellenbereich nur für die Hochzeit des Kalten Krieges zwischen Ost und West während der 1950er und 1960er Jahre bekannt ist. Zweitens hat sich Chinas Mitgliedschaft in der WTO für den Film- und TV-Markt inzwischen so ausgewirkt, dass China nun, nachdem bislang pro Jahr nur 20 ausländische Filme erlaubt waren, seinen Binnenmarkt komplett für Hollywood öffnen muss. Und drittens lässt sich bei *Al Jazeera* sehr schön zeigen (vgl. ausführlich dazu Sakr 2008, S. 57–81), dass der politische Druck der US-amerikanischen Regierung auf diesen Sender über Qatars Emir Scheich Hamad Bin Khalifa Al Thani, einen der engsten militärischen Ver-

Abbildung 17.1 Zahl der in der EU, den USA und Japan produzierten Spielfilme (2005–2009)



Quelle: European Audiovisual Observatory 2010, S. 13

bündeten der USA, inzwischen dazu geführt hat, dass man von dem seit 2006 arbeitende TV-Kanal *Al Jazeera* keine antiamerikanischen Töne mehr hört.

Der Verfasser hat zwischen 1990 und heute insgesamt fünf Berichte[4] zur weltweiten Kommunikation und Information veröffentlicht. Kapitel 17 dieses Buches ist der sechste dieser Überblicksberichte. Wie Jeremy Tunstall (2008) in seinem Buch, das unter dem Titel *The Media were American* erschien, so kommt auch der Verfasser zum ersten Mal zu dem Ergebnis, dass die weltweite Dominanz der US-amerikanischen Medien vorbei ist. Dazu Tunstall: »Most people around the world prefer to be entertained by people who look the same, talk the same, joke the same, behave the same, play the same games, and have the same beliefs (and worldwide) as themselves. They also overwhelmingly prefer their own national news, politics, weather, and football and other sports. […] A global or world level of media certainly does exist. But world media, or American media, play a much smaller role than national media.« (Tunstall 2008, S. XIV).

Diese Position ist zwar in der weltweiten Debatte um internationale Medienpolitik relativ neu, erfährt aber indirekt aus der Politikwissenschaft eine Bestätigung durch die dort seit Langem geführte Debatte um den (absoluten oder relativen) Machtverlust der USA als einstigen Hegemon. In diesem Sinne beschließt

der französische Sozialwissenschaftler Emmanuel Todd sein Buch *Weltmacht USA. Ein Nachruf* mit folgenden Sätzen: »Keine noch so intelligente Strategie erlaubt es Amerika, seine halb-imperiale Situation in ein Imperium de jure und de facto zu verwandeln. Amerika ist dafür wirtschaftlich, militärisch und ideologisch zu schwach. Deshalb löst jeder Schritt, der Amerikas Zugriff auf die Welt stärken soll, nur negative Rückwirkungen aus, die seine strategische Position weiter schwächen« (Todd 2003, S. 239). Gegenwärtig erhalten diese Ausführungen von Todd übrigens ihre empirische Bestätigung im ökonomischen Bereich durch Chinas wirkmächtige Devisen- und Finanzpolitik gegenüber den hochverschuldeten USA und im außenpolitisch-militärischen Bereich durch das ungeheuerliche Desaster der USA bei ihrer gesamten Nahost-Politik.

Mit dem Ergebnis, dass eine Regionalisierung von TV-Landschaften die größere Dynamik aufweist als eine weltweite Amerikanisierung, soll abschließend ein Rückbezug zu der in diesem Kapitel eingangs gemachten Anmerkung hergestellt werden, dass die US-amerikanische Regierung im Falle Serbien nur das Fernsehen, nicht aber das Internet abgeschaltet hat. Der Grund dafür ist ein ganz einfacher. Da Fernsehen ein Punkt-zu-alle-Medium und Internet ein Alle-zu-alle-Medium ist, kann man als Kriegsgegner das Fernsehen seines Feindes nicht infiltrieren. Wenn man es trotzdem bekämpfen will, kann man das nur mit Gegenpropaganda, oder man muss versuchen, es auszuschalten, notfalls auch mit Gewalt und völkerrechtswidrig. Wie bereits eine andere Dual-use-Technologie zeigt, nämlich die Eisenbahn (vgl. z. B. Knipping 2005), kann man diese Technologie nicht nur für den Transport von Menschen und Waren, sondern auch für den Transport von Waffen und Soldaten an die Front benutzen. Ähnliches gilt für das Internet. Auch hier kann man die Infrastruktur dieses Netzes in den Dienst ausgesprochen friedlicher sozialer Prozesse stellen, aber gleichzeitig gibt es technologisch versierten Großakteuren die Möglichkeit an die Hand, die elektronischen Infrastrukturen eines Feindes aktiv und sehr gezielt zu infiltrieren. Das galt nicht nur für den Fall Serbien, das gilt besonders auch für die Einmischung US-amerikanischer Geheimdienste in iranisches Internet und Twitter während der sozialen Unruhen in Teheran im Jahre 2009 (vgl. Meyssan 2009, S. 40–46).

Der Beitrag der Medien zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung

18

18.1 Einleitung

Es gibt mehrere Gründe, warum es nötig ist, über die Rolle von Medien bei der Krisenprävention und Konfliktbearbeitung im Rahmen der Entwicklungskooperation intensiv nachzudenken:

- Die Abkehr von einer starren Zwei-Lager-Konfrontation nach dem Ende des Kalten Krieges ermöglichte Weiterentwicklungen im Völkerrecht insofern, als den Menschenrechten heute mehr Gewicht zukommt als früher. Es ist rechtlich inzwischen einfacher als vorher, vorbeugend und antizipativ in einem anderen als dem eigenen Land tätig zu werden. Freilich bleibt das Verhältnis von Menschen- zu Völkerrecht gespannt und alle Rechtsfiguren um das Konzept eine *Responsibility to Prevent* (R2P) stehen rechtsdogmatisch auf mehr als auf wackeligen Füßen (vgl. Pingeot und Obenland 2014).
- Der kontinuierliche Wechsel weg von einer Staaten- hin zu einer Gesellschaftswelt (Czempiel 1991) gab neuen Akteuren der Politik eine Legitimation für ihr Handeln. Dies trifft auf viele neue Nichtregierungsorganisationen (NGOs) aus dem zivilgesellschaftlichen Bereich zu. Gerade sie zeichnet u. a. auch ein kreativer, frischer und neuer Umgang mit Medien aus.
- Der Golfkrieg (1990/91), der erste und der zweite Tschetschenienkrieg (1994/96 und 1999/2000), der Bosnienkrieg (1992/95) und der Kosovokrieg (1999) – sie alle haben die enorm wichtige Rolle der Medien deutlich gemacht, sei es durch den sogenannten *CNN*-Faktor oder als neues Militärkonzept eines *information war.* Und genau wegen dieser so vergleichsweise jungen Erfahrungen gibt es ein verstärktes Nachdenken darüber, Medien für eine Prävention von Krisen und Kriegen zu nutzen.

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_18,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

- Infolge der neuen Informations- und Kommunikationstechnologien (IuK), insbesondere des Internets, intensiviert sich jedes globale Nachdenken über Kommunikation und Medien. Das betrifft auch die Möglichkeit der Medien, zu einer Krisenprävention und Konfliktbearbeitung positiv beizutragen. Mit Recht konnte daher die Weltbank ihren Jahresbericht 1998/99 unter das Motto *Entwicklung durch Wissen* stellen (Weltbank 1999). Wer wie dieser Bericht auf Wissen abstellt, meint u. a. den gezielten Einsatz von Massenmedien und IuK-Technologien.

Prinzipiell lassen sich während eines gewaltsamen Konfliktes folgende Kommunikationsebenen denken, die in Hinblick auf ihre Qualität erheblicher Belastung ausgesetzt sind:

- Kommunikation innerhalb einer intervenierenden Institution,
- Kommunikation verschiedener intervenierender Institutionen untereinander,
- Kommunikation intervenierender Institutionen mit lokalen Eliten vor Ort (der sogenannte Aidid-Faktor),
- Kommunikation intervenierender Institutionen mit der lokalen Bevölkerung vor Ort,
- Kommunikation intervenierender Institutionen mit Entscheidungsträgern,
- Kommunikation intervenierender Institutionen mit Massenmedien,
- Kommunikation intervenierender Institutionen mit rivalisierenden militärischen und zivilen Gruppen vor Ort.

In diesem Kapitel 18 soll es vornehmlich um die Kommunikation intervenierender Institutionen mit der lokalen Bevölkerung vor Ort gehen, und zwar deswegen, weil diese am meisten vor allen anderen Gruppen und zunehmend an Kriegen leidet.

Zunächst einmal ist es sinnvoll, weil einfach, über einen Medieneinsatz vor, während und nach einem Konflikt zu reden. Selbstredend liegt bei einem solchen zeitlichen Phasenmodell auf der Hand, dass das Auf und Ab beispielsweise eines kontinuierlichen Bürgerkriegs eine klare Unterscheidung zwischen einem Vorher und einem Nachher schwierig macht.

1999 beauftragte die kanadische internationale Entwicklungsagentur (CIDA) das in Vancouver ansässige Institute for Media Policy and Civil Society (IMPACS) mit der Erarbeitung eines Grundsatzpapiers, das unter dem Titel *The Media and Peacebuilding* publiziert wurde. Die unterschiedlichen Funktionen von Medien vor, während und nach einem Konflikt verdeutlicht Robin Hay, Autor dieses IMPACS-Papiers, in drei verschiedenen Tabellen (Tabelle 18.1 bis 18.3). Seine Systematik beleuchtet die verschiedenartigen Facetten im Gesamtzusammenhang.

Tabelle 18.1 Die Rolle der Medien vor einem Konflikt

Änderungen im gesellschaftlichen System	Änderungen im Mediensystem
erhöhte soziale Mobilität in Richtung auf einen Krieg	erhöhte Zensur und abnehmende Pressefreiheit; Schließung von Gegen- und Alternativmedien; Unterdrückung des Informationsflusses von außen; Zunahme staatlicher Kontrollen
nationalistische, tribalistische oder ethnische Propaganda zur Unterstützung von Krieg und Gewalt	Polarisierung der Medien nach nationalen, tribalistischen oder ethnischen Kriterien; Vorurteile gegenüber den anderen in den Medien; Angriffe gegen Alternativmedien
Gegenwehr der unabhängigen Medien	Agitation unabhängiger Medien gegen Krieg und für Frieden und Verhandlung; Kontakt mit auswärtigen Medien, Veröffentlichung auswärtiger Informationen
Zunahme von Menschenrechtsverletzungen	polarisierte Wahrnehmung von Menschenrechtsverletzungen unter Auslassung der Verletzungen auf der eigenen und bei bevorzugter Wahrnehmung der Verletzungen auf der anderen Seite

Quelle: Hay 1999, S. 18

Tabelle 18.2 Die Rolle der Medien während eines Konflikts

Änderungen im gesellschaftlichen System	Änderungen im Mediensystem
Krieg, Gewalt, Zerstörung, Tod von Soldaten und Zivilisten, Verwüstungen, Genozid	zunehmender Patriotismus in der Presse; offene und direkte Zensur; z. T. gewaltsame Unterdrückung abweichender Meinungen; Verschweigen von Misshandlungen in offiziellen Medien; Medien im Mittelpunkt des Politikinteresses; Höhepunkt der Propaganda und Verteufelungen des Gegners; Zunahme des Interesses der internationalen Presse; Ausweisung der internationalen Presse aus dem eigenen Land
Schädigung und Zerstörung von Infrastrukturen und des sozialen Systems	Wandel der Medien zu einem Notinformationssystem mit Ankündigungen und Hinweisen auf Zerstörungen und Tote; Beschädigung oder Zerstörung der Produktionsorte
Konfliktmobilisierung der gesamten Gesellschaft	Teilnahme von Medienangehörigen am Krieg; Medienarbeit von Laien; reduzierte journalistische Kapazitäten für Recherchen und Berichte; journalistische Tendenz, Mobilisierung und Moral zu stärken
Materialverknappung	Verteuerung der Medien; Abnahme großer Reichweiten; möglicher Ersatz durch ausländische Medien
permanenter Krisenzustand der gesamten Gesellschaft	Aufmerksamkeitskonzentration auf Krieg und Sensationalismus; Wahrnehmungsreduktion bei anderen Themen; Qualitätsverlust

Quelle: Hay 1999, S. 19

Tabelle 18.3 Die Rolle der Medien nach einem Konflikt

Änderungen im gesellschaftlichen System	Änderungen im Mediensystem
Sieg, Niederlage	Neuverteilung von Sieger- und Unterlegenenrolle
Friedensverhandlungen und Lageberuhigung	Mittler- und Mediatorenrolle der Medien; Möglichkeit zu destruktiver Rolle, indem Friedenspläne unterminiert, sensitive Informationen weitergegeben werden; Informationsaufgabe gegenüber der Öffentlichkeit
Friedensumsetzung	aktive Beteiligung der Medien an der Umsetzung des Friedens; Erziehungsaufgaben; zentrale Rolle der Medien beim Aufbau einer Friedensgesellschaft; Möglichkeit der Torpedierung der Entwicklung zu einer friedlichen Gesellschaft durch die Verbreitung von Fehlinformationen
Wahlen	Vermittlung von Handlungswissen; Wahlbeobachtung und Wahlmonitoring
Aufarbeitung, Tribunale	Monitoring der Medien; Weitergabe von Informationen

Quelle: Hay 1999, S. 19

Aus dieser Phaseneinteilung ergibt sich u. a., dass in unterschiedlichen Konfliktphasen z. T. sehr unterschiedliche Strategien für eine intervenierende Institution nötig sind.

Verschiedene internationale und nationale Akteure engagieren sich seit einigen Jahren auf dem Gebiet des Medieneinsatzes zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung, teils mit beträchtlichem Programm, teils noch vorsichtig. Überblickt man die auf diesem Gebiet tätigen Akteure, dann fällt Folgendes auf:

- Die Schwerpunkt-Geberländer sind die USA und die Schweiz.
- Bei vielen Akteuren handelt es sich nicht, wie zu vermuten wäre, um neue NGOs, sondern vielmehr um bekannte, tradierte korporative Großakteure wie die *BBC,* die *Voice of America* (VOA), das Internationale Komitee vom Roten Kreuz (IKRK) oder die International Federation of Journalists (IFJ).
- Viele der in diesem Bereich tätigen Akteure sind Regierungsinstitutionen (und dieses Charakteristikum gilt ja auch für alle UN-Organe), stehen Regierungen nahe oder werden als Nichtregierungsorganisationen (NGO) finanziell von Regierungen alimentiert.
- Kleine und finanziell unabhängige NGOs bilden in diesem Arbeitsbereich die Ausnahme, denn da, wo es um viel Geld geht, haben kleine NGOs nie ihren Fuß in die Tür der großen Staats- und Spendengelder bekommen.

Zu nennen sind im Einzelnen die folgenden Institutionen und Länder:

Vereinte Nationen: Der finanzielle Aufwand, den nur die UN selbst (ohne Sonderorganisationen) in diesem Arbeitsgebiet betreiben, ist beträchtlich. Berücksichtigt man alle Informations- und Kommunikationsaspekte im Department of Peacekeeping Operations (DPKO) der UN in New York, dann fielen bei einer entsprechenden Untersuchung im Jahr 1995 85 000 UN-Mitarbeiter in 17 Ländern unter diese Kategorie. Mit einem Jahresbudget von 1,3 Milliarden US-Dollar sind das rund 60 Prozent aller kurzfristig verfügbaren Finanzressourcen der UN. Den vielfältigen Erfahrungen der DPKO sind inzwischen auch sehr sinnvolle und praktikable Richtlinien für den praktischen Medieneinsatz im Krisenfall zu verdanken. Viele dieser hier genannten UN-Aktivitäten wurden vom UN-Büro der Friedrich-Ebert-Stiftung in Genf begleitet.

Je nach Mandat sind auf dem Gebiet des Medieneinsatzes zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung auch die folgenden beiden Sonderorganisationen der UN aktiv: die UNESCO im Bereich von Frieden, Erziehung und Kommunikation und der UNHCR bei der Medienarbeit mit Flüchtlingen. Gerade der UNHCR realisiert auf praktischem Gebiet viele erfolgreiche Projekte.

Vereinigte Staaten: Für die Aktivitäten der USA ist die 1996 durchgeführte Konferenz *Managing Communications: Lessons from Interventions in Africa* des United States Institute of Peace und der National Defence University in Washington paradigmatisch. Hier ging es häufig um *operational efficiency, reliable communications* und *coordinated action.* Zur Erreichung solcher Ziele sind nach Ansicht der Konferenzorganisatoren eine enge und verbesserte Kooperation zwischen Regierung, Militär und humanitären NGOs nötig. Vor allem Militär und NGOs müssten zu beiderseitigem Nutzen intensiver als bisher Information teilen und austauschen.

Oft erscheinen die auf dieser Konferenz vorgetragenen genuin kommunikationswissenschaftlichen Konzepte veraltet; sie entsprechen eher einem simplen und mechanistischen Reiz-Reaktions-Modell als dem von sozialem Lernen mittels Medien. Kriegs- oder Friedenspropaganda wird bei einem einfachen Ursache-Wirkungs-Verständnis zur entscheidenden Variablen erfolgreicher Kommunikation. Nur der als gut oder schlecht definierte Inhalt entscheidet in diesem Verständnis von Kommunikation über den Kriegsaktivisten oder den Friedenslobbyisten. Es dürfte kein Zufall sein, dass überholte Vorstellungen aus der Propaganda- und Kampagnenforschung damals wie heute von Militärs vorgetragen werden.

Näher am Verständnis dessen, was europäische NGOs aus dem zivilgesellschaftlichen Bereich an Vorstellungen von einem Medieneinsatz vor, während und nach einem Konflikt haben, sind in den USA die folgenden in diesem Arbeits-

bereich tätigen NGOs: Common Ground Productions (CGP), Search for Common Ground (SCG) und die verschiedenen Internetdienstleistungen des Institute for Global Communication (IGC) in San Francisco wie PeaceNet, EcoNet, WomensNet und AntiRacismNet.

Schweiz: Es entspricht dem eigenen Neutralitätsanspruch, dass sich gerade die Schweiz auf dem Gebiet von unparteilicher und neutraler Information in Krisenzeiten mittels Medien mit großem Finanzeinsatz profiliert. Die Schweiz ist nicht zuletzt auch wegen der UN-Stadt Genf zum Dreh- und Angelpunkt vieler Institutionen und Projekte mit Medien zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung geworden. Zwei NGOs aus der Schweiz, zum einen die in Lausanne ansässige Hirondelle-Stiftung (vgl. dazu oben Kapitel 11.2), zum anderen die Organisation Media Action International (MAI) aus Versoix, sind mit vielen Projekten weltweit aktiv, besonders in West- und Zentralafrika und in der ex-jugoslawischen Region.

Südafrika: Wer die ethnischen Spannungen während der Zeit des Apartheid-Regimes kennt und wer sich solcher ethnischen Konflikte auch im gegenwärtigen Südafrika bewusst ist, wird sich nicht wundern, dass es gerade dieses Land ist, in dem es vielfältige Institutionen und Projekte gibt, die Konfliktbearbeitung mit Medienarbeit kombinieren. An herausragender Stelle ist hier das Media Peace Centre (MPC) in Kapstadt zu nennen. Schon seit 1992 werden hier erfolgreich Journalisten als Mediatoren im Bereich von ethnischen Konflikten ausgebildet.

Großbritannien: Auch Großbritannien ist auf dem Gebiet des Medieneinsatzes zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung sehr aktiv. Es dürfte gerade der in London beheimateten NGO Article 19 mit ihren Arbeiten über die sogenannten Hassradios in Zentralafrika zu verdanken sein, dass der Stein in Sachen medialer Krisenprävention überhaupt erst ins Rollen kam. Pionierarbeit in Theorie und Praxis leisten auch folgende NGOs: World Association for Christian Communication (WACC), Conciliation Resources und das AlertNet der Reuters Foundation (alle in London). Von der Friedensforschung her kommend, veranstalteten die englischen NGOs Conflict & Peace Courses und TRANSCEND. Peace and Development Network in den Jahren 1997 und 1998 zwei Sommerakademien über Friedensjournalismus unter der Leitung des norwegischen Friedensforschers Johan Galtung. Das Department for International Development (DFID) der englischen Regierung veröffentlichte 2000 einen ersten *Guide to Supporting Media in Conflicts and other Emergencies.* Dieses praxisorientierte Handbuch mit vielen Adressen, Hinweisen, Projekt-Tipps usw. ist ein guter und umfassender Einstieg in die Gesamtthematik.

Sieht man von den eher politisch-analytischen Arbeiten des UN-Büros der Friedrich-Ebert-Stiftung in Genf ab, dann sind deutsche Institutionen auf dem Gebiet der Praxis des Medieneinsatzes vor, während und nach einem Konflikt nicht besonders aktiv, zumal die öffentlichen Ausgaben für Medienentwicklungshilfeprojekte in den letzten Jahren drastisch gekürzt wurden (Krämer und Lehrke 1996). Über den speziellen Rahmen eines Medieneinsatzes zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung hinausgehend sind aber neben der Friedrich-Ebert-Stiftung auch die Konrad-Adenauer-, die Heinrich-Böll-, die Hanns-Seidel- und die Friedrich-Naumann-Stiftung im größeren Rahmen zu Themenschwerpunkten wie Menschenrechten, Rechtsstaatlichkeit, Minderheiten und Demokratie mit Medienmaßnahmen in verschiedenen Entwicklungsländern aktiv.

Freilich ist gerade bei den politischen Stiftungen aus Deutschland ein sehr genauer Blick auf deren konkrete Projekte nötig. Was großspurig als Friedensprojekt daherkommt, entpuppt sich in der Realität oft als nichts anderes als eine illegitime (oft auch illegale) Medienarbeit für einen *regime change* (vgl. Sussman 2010, S. 110–115). Zu erinnern ist hier an die 2013 erfolgte finanzielle Unterstützung der Konrad-Adenauer-Stiftung (KAS) für den ukrainischen Boxer Vitali Klitschko, um ihn als unverbrauchten und neuen Präsidenten der Ukraine aufzubauen, daran, dass die KAS im Dezember 2011 wegen Einmischung in innere Angelegenheiten ihr Büro in Kairo schließen musste und dass mehrere deutsche politische Stiftungen sich 2002 in der Türkei dem Vorwurf ausgesetzt sahen, sie würden sich in innertürkische Belange einmischen. Vor diesem Hintergrund und dem des sehr erfolgreichen Medieneinsatzes bei vielen von ausländischen NGOs gesteuerten sogenannten bunten Revolutionen muss auch das russische NGO-Gesetz vom Sommer 2012 gesehen werden, das die Bewegungsfreiheit ausländischer NGOs in Russland drastisch einschränkt.

Viele deutsche Politiker kritisieren diese Restriktionen der Tätigkeit deutscher politischer Stiftungen mit dem Hinweis darauf, dass eben die Rechtssprechung in autokratisch regierten Ländern wie Ägypten, der Türkei und Russlands nicht unabhängig sei und keinerlei rechtsstaatlichen Vorgaben entspräche. Eine solche Kritik ist dann legitim, wenn man erstens das deutsche Rechtssystem 1:1 auf andere Länder überträgt oder wenn man zweitens unterstellt, dass es universal gültige Rechtsnormen gibt. Doch diese Positionen übersehen, dass innerstaatliches Vereinsrecht keine Relevanz für das Völkerrecht haben kann. Wie im russischen NGO-Gesetz, so regulieren auch kanadische und US-amerikanische Gesetze sehr genau, was »Auslandsagenten« in ihren Ländern tun dürfen. Und genau diesen Begriff kennt nicht nur das russische Gesetz von 2012, sondern auch ein US-amerikanisches Gesetz von 1938, nämlich der Foreign Agents Registration Act (FARA), der noch heute rechtsgültig ist und unter dessen Registrierungspflicht auch die deutschen Parteistiftungen, die in den USA tätig sind, fallen. Und mit einem »In-

stitut de la Démocratie et de la Coopération« unterhält im übrigen auch die russische Regierung eine politische Stiftung mit Sitz in Paris.

18.2 Frieden, Medien und Entwicklung

18.2.1 Die Friedenspflicht der Massenmedien

Es kann als nahezu weltweit gültige Übereinstimmung angesehen werden, dass Massenmedien von fundamentaler Bedeutung sind, um die für jede Demokratie überlebenswichtige Sphäre dessen zu schaffen, was unter Öffentlichkeit, öffentlichem Diskurs und öffentlicher Auseinandersetzung verstanden wird. Weltweite Übereinstimmung gibt es auch darüber, dass die Tätigkeit der Massenmedien alles andere als wertfrei ist, dass es sogar verbindliche rechtliche oder ethische Normen gibt, unter denen die Berichterstattung von Massenmedien stattfinden muss. Die juristische oder ethische Norm, dass die Tätigkeit der Massenmedien dem Frieden zu dienen habe und nie dem Gegenteil, ist älter als gemeinhin bekannt und mehr oder weniger universell gültig.

Wie in Kapitel 1 erwähnt, ist die Geschichte der Entstehung des Rundfunks kurz nach Ende des Ersten Weltkriegs eng mit einem internationalen Friedensauftrag verknüpft. Rundfunk ist aufgrund der technischen Gegebenheiten (Radiowellen) immer internationaler Natur. Wo es um unbeabsichtigte, zufällige Nebeneffekte von grenzüberschreitendem Rundfunk geht, spricht man im juristischen Sinn von internationalem Rundfunk. Im Gegensatz dazu sucht Auslandsrundfunk sein Zielpublikum ganz bewusst jenseits der eigenen Staatsgrenzen (z. B. durch den gezielten Einsatz von Exilanten als Nachrichtensprechern). Bei vielen gegenwärtig in Krisengebieten tätigen Radios handelt es sich um Auslands-, nicht um internationalen Rundfunk.

Der Tätigkeit von Auslandsrundfunk sind völkerrechtlich freilich engere Grenzen gesteckt als dem internationalen Rundfunk. Nach dem (immer noch gültigen) Rundfunkfriedenspakt von 1936 steht Auslandsrundfunk generell in der Pflicht, eine wahrheitsgemäße und eine auf Frieden und Völkerverständigung gerichtete Informationsverbreitung zu fördern und zu gewährleisten. In der internationalen Mediendiskussion der letzten Dekaden wurden solche Rechtsgrundsätze in der Mediendeklaration der UNESCO von 1976 für alle Medien generalisiert. Dort heißt es in Art. 3: »Massenmedien haben einen wesentlichen Beitrag zur Festigung des Friedens und der internationalen Verständigung sowie zum Kampf gegen Rassismus, Apartheid und Kriegshetze zu leisten.«

Da es einem demokratischen Selbstverständnis von den Aufgaben der Massenmedien widerspricht, deren Tätigkeit zu stark durch Gesetze zu regeln, gibt

es gerade in diesem Bereich vielfältige Regelwerke, die auf eine Selbstregulierung zielen. Die zahlreichen journalistischen Ethikcodices, die es in fast allen Ländern gibt, sind ein Ausdruck solcher Selbstverpflichtungen. Einige dieser Codices enthalten die Selbstverpflichtung, sich für den Frieden und gegen jede Kriegspropaganda einzusetzen. So heißt es beispielsweise im journalistischen Ethikcodex der Konföderation der ASEAN-Journalisten von 1987, dass kein Journalist eine bewaffnete Konfrontation zwischen zwei ASEAN-Ländern befürworten dürfe.

1995 untersuchte der finnische Kommunikationsforscher Kaarle Nordenstreng im Auftrag des Europarats 20 verschiedene journalistische Ethikcodices in Europa (Nordenstreng 1995). Bis auf die Codices in Island, Luxemburg, Polen und der Schweiz enthalten alle untersuchten Texte Selbstverpflichtungen, die besagen, dass sich die Massenmedien rassischer und ethnischer Diskriminierung zu enthalten haben, dass sie andere Nationen und Länder respektieren und Gewalt ächten wollen.

Bereits 1986 fragte der iranische Kommunikationsexperte Hamid Mowlana in einem Resümee solcher Debatten: Wenn internationale Medien immer wieder und erfolgreich Kriegshetze betrieben und Spannungen erhöht haben, könnten sie dann nicht auch das Gegenteil tun? Und im Anschluss an diese rhetorische Frage stellte er einen journalistischen Ethikcodex für Kriegsverhinderung und Friedensförderung auf, der acht Punkte umfasst (Mowlana 1986, S. 220; die acht Punkte sind in Kapitel 10.7 aufgeführt).

Teilaspekte dieses Forderungskataloges aus den 1980er Jahren setzten im Dezember 2000 drei große TV-Sender *(CNN, BBC* und *ITN)* und zwei bedeutende TV-Bildnachrichtenagenturen (Reuters und APTN) in Sicherheitsrichtlinien für Journalisten in Krisengebieten um.

18.2.2 Krisenmedien

Unabhängig von der bisher skizzierten Diskussion, die eine sehr lange wissenschaftliche und politische Tradition hat, gibt es seit Mitte der 1990er Jahre den Begriff des Krisenradios und allgemeiner den der Präventions- und Krisenmedien. Eine allgemeine oder wissenschaftliche Definition solcher Präventions- und Krisenmedien gibt es jedoch nicht. Manchmal sind es auch nur politische Schlag- und Modewörter, um neuen Wein in alte Schläuche zu gießen. Als Krisenmedien sollen im Folgenden die Medien bezeichnet werden, die dann aktiv werden, wenn gewaltsam handelnde soziale Gruppen und/oder gegeneinander Krieg führende Streitkräfte die öffentliche Ordnung eines Staates oder Landes bzw. einer Region oder Kultur derartig stark beeinträchtigen, dass eine objektive, neutrale, unparteiische oder ausgewogene journalistische Berichterstattung über die Krise nicht

mehr möglich ist. Es geht also um öffentliche, zivile und nicht den verschiedenen Kombattanten zuzuordnende Instrumente des Krisenmanagements durch Massenmedien, meistens internationale und/oder ausländische elektronische Medien. (Krisenradio in dem Sinn, dass UN-Institutionen oder andere internationale Behörden über einen eigenen Rundfunk verfügen, ist im Übrigen nicht neu. Schon der Völkerbund hatte 1926 mit der Funkstation *Radio Nations* einen eigenen Hörfunksender.)

Einer Begriffsbestimmung von Krisenmedien kann man sich auch annähern, indem man sich die Akteure ansieht, die gegenwärtig mit diesem Konzept arbeiten. Tut man das, dann fällt auf, dass das Konzept von Präventions- und Krisenmedien verstärkt seit dem Amtsantritt von Kofi Annan als UN-Generalsekretär 1997 zu finden ist. Krisenmedien sind also seit dieser Zeit Teil eines neuen und aktiven Verständnisses von UN-Friedensmissionen. Einmischungen im Namen des Friedens reichen von legaler gewünschter und notwendiger humanitärer Intervention bis zu völkerrechtswidrigen Konzepten von militärisch-humanitären Interventionen (wie z. B. beim Kosovokrieg). Neu an solchen – auch rechtlichen – Konzeptionen ist vor allem das aktive, dynamische Moment von Einmischung und Intervention.

Auch wenn sich das Völkerrecht gegenwärtig wandelt und sich das Konzept von humanitärer Intervention weitet und dynamisiert, gibt es nach wie vor einen offenen Rechtsgüterkonflikt zwischen dem Völkerrechtsprinzip einer Nichteinmischung in die inneren Angelegenheiten eines Landes (UN-Charta 1945 und UN-Deklaration über freundschaftliche Beziehungen 1970) und dem Menschenrechtsprinzip eines freien Informationsflusses (Allgemeine Erklärung der Menschenrechte 1948). So war nach herrschender Meinung im Völkerrecht die Besetzung des TV-Senders in Pale durch NATO-Truppen im Oktober 1997 rechtswidrig. Völkerrechtswidrig war auch die Bombardierung von TV-Sendern in Belgrad durch NATO-Flugzeuge während des Kosovokrieges im Frühjahr 1998 (Gidron und Cordone 2000, S. 13). Völkerrechtskonform ist dagegen Auslandsrundfunk wie der der *BBC* oder der der *Deutschen Welle*.

Die Nichteinmischung in die inneren Angelegenheiten eines anderen Landes ist bei grenzüberschreitenden Informationsflüssen ein Rechtsprinzip, das innerhalb von Europa in Frankreich als kulturpolitisches Prinzip einer *exception culturelle* auftritt (Bourdieu 2000, S. 15 f.). Französische Sozialwissenschaftler wie Pierre Bourdieu argumentieren, dass die Globalisierung internationaler Medien auf ein Einheitsdenken aller Medien hinauslaufen könne. Da sich nationale Kulturen deswegen homogenisieren können, solle Kultur aus einem grenzüberschreitend freien Marktmodell herausgehalten werden, solle es nationale Schutzräume für endogene Kulturen geben.

Seit Anfang der 1990er Jahre arbeiten viele Krisenradios weltweit, entweder

im Auftrag der UN oder in dem humanitärer Organisationen. Sie tun das alle in einer völkerrechtlichen Grauzone und in einem Drahtseilakt zwischen Nichteinmischung in die inneren Angelegenheiten und humanitärer Intervention und internationaler Solidarität mit Opfern und Not leidenden Menschen.

Die Existenz von Krisenmedien seit Mitte der 1990er Jahre ist ein Ausdruck der Reformbemühungen der UN hin zu einer aktiven Friedenspolitik, einer Politik der Entwicklungszusammenarbeit, der es auch um Prävention von Krisen, Katastrophen und Kriegen gehen muss. Aber – und dieses gilt nach wie vor – immer da, wo es um interkulturelle Kommunikation, um Kulturaustausch, Kulturbegegnung und Kulturdialog geht, ist eine äußerst sensible und höchst feinfühlige Abwägung vorzunehmen, ob nicht die sozialen Kosten einer humanitären Intervention höher zu veranschlagen sind als deren sozialer Gewinn.

18.2.3 Entwicklungskommunikation

Wenn Medien für Krisenprävention und Konfliktbearbeitung benutzt werden sollen, dann greifen sie in vielen Entwicklungsländern gewollt, bewusst und massiv in vielfältige soziale Prozesse aktiv ein. Über dieses Problem, nämlich den Einsatz von (westlichen) Medien in Entwicklungsländern, wurde in den letzten rund 60 Jahren eine große Anzahl von Forschungsarbeiten und Erfahrungsberichten verfasst. Diese Arbeiten firmieren unter dem Begriff Development-Support-Communication.

Aus der Kampagnenforschung der Werbung und Politikbeeinflussung der 1930er und 1940er Jahre kommend, veröffentlichte Daniel Lerner 1958 sein paradigmatisches Buch *The Passing of Traditional Society.* Als Anhänger einer Modernisierungstheorie ging Lerner davon aus, dass man Menschen in Entwicklungsländern einem intensiven westlichen Medieneinfluss aussetzen müsse, und dass sich diese Länder in der Folge nach dem westlichen Vorbild zu modernen Industriegesellschaften wandeln würden. Heutzutage wissen wir nicht nur, dass die Massenkommunikationsmittel die erwünschte gesellschaftliche Wirkung und die wirtschaftliche Entwicklung nicht gebracht haben, sondern auch, dass Lerners gesamter Ansatz unzutreffend war. Die traditionale Gesellschaft ist eben kein vorübergehender Zustand, sie zieht nicht einfach vorbei, sie schwindet nicht einfach dahin. Tradition ist kein Überbleibsel von gestern, das überwunden werden muss, ist vielmehr ein gewachsener Anteil an widersprüchlich verlaufenden sozialen Umbrüchen. Everett Rogers' Arbeiten über die Diffusion von Kommunikation (1995) verfeinerten Lerners Ansatz: Die Figur des Meinungsführers erhält hier die Funktion eines sozialen Katalysators zwischen einem (westlichen) Sender und einem in einem Entwicklungsland lebenden Empfänger.

Im Gegensatz zu Lerner und Rogers entwickelten sich in den 1970er Jahren kommunikationswissenschaftliche Arbeiten aus dem Umfeld der lateinamerikanischen Dependenztheorie. Solche Arbeiten argumentierten konträr zur Modernisierungstheorie. Es sei die wesentliche Funktion und Aufgabe westlicher Medien in den Entwicklungsländern, Modernisierung zu verhindern. Gerade die Informationsflüsse von Nord nach Süd würden dazu beitragen, dass die Entwicklungsländer bevormundet und kontrolliert werden, dass sie ihre kulturelle Identität verlieren, dass die Abhängigkeit des Südens vom Norden zementiert wird.

Der Hauptmangel sowohl der Modernisierungs- als auch der Dependenztheoretiker in ihren Arbeiten über Medien in Entwicklungsländern liegt darin, dass es sich in beiden Fällen um makrostrukturelle Theoriebildung handelt, die auf der Mikroebene von Praxis und technischer Zusammenarbeit, einzelnen Medienprojekten und aktiver Umsetzung von großen Projektideen nur bedingt relevant ist. Wichtiger im Zusammenhang mit einem möglichen Beitrag von Medien zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung sind die vielfältigen Berichte und Forschungsergebnisse von Medienpraktikern im Entwicklungsländerkontext. Sowohl die frühere GTZ als auch die politischen Stiftungen in Deutschland haben auf diesem Gebiet in den letzten dreißig Jahren eine Reihe erfolgreicher Projekte durchgeführt.

Diese Projekte führten zu folgenden wichtigen Erfahrungen und Ergebnissen:

- Jegliche Medienarbeit setzt die genaue Kenntnis der Zielgruppe voraus, besonders im ländlichen Bereich, in dem die Menschen tief verwurzelt sind.
- Der Maßstab menschlichen Maßes ist kulturspezifisch. Das Maß für die jeweilige Zielgruppe kann demnach nur aus ihr selbst kommen.
- Die ländliche Bevölkerung in Entwicklungsländern assoziiert mit (den aus dem Westen kommenden) Massenmedien oft eine geschlossene, vertikale, hierarchische, formale, offizielle Kommunikation, in der sie sich nur als stumme Statisten fühlt.
- Beratungsangebote sind dann erfolgreich, wenn sie angestammte Kommunikationsorte im dörflichen Bereich berücksichtigen (Brunnen, Essensstände, Quellen, Badeorte).
- Beratungsangebote sind dann erfolgreich, wenn sie sich lokal gängiger Kommunikationsformen bedienen. So stellt z. B. das Schattenspiel in Bali eine Mischform von One- und Two-Way-Kommunikation dar. Die übermittelten Botschaften berühren kulturell geprägte Wert- und Verhaltensmaßstäbe in vertrautem Sprachschatz und Bildern (Esche und Köhne 1983).

Solche Projektergebnisse konnten von Experten in vielen Ländern bestätigt werden. Ein Transfer dieser Erfahrungen und Ergebnisse in den Bereich des Medien-

einsatzes zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung ist sinnvoll und geboten. Auch hier stellen der Einsatz lokaler Medien und die aktive Partizipation der Betroffenen wichtige Variablen für den Projekterfolg dar.

Hartmut Albrecht (1983), ehemals Inhaber des einzigen deutschen Lehrstuhls für Kommunikationsforschung und landwirtschaftliche Beratung an der Universität Hohenheim, hat die praktischen Erfahrungen mit Development-Support-Communication in Entwicklungsländerprojekten systematisiert. Rolle und Funktion von Kommunikation kann man dann begreifen, wenn man das tatsächliche Kommunikationsgeschehen mit einem Katalog von Bedingungen für erfolgreiche Kommunikation konfrontiert. Danach müssen Aussagen

- in das Wahrnehmungsfeld der Anzusprechenden gelangen,
- für sie verstehbar sein,
- an ihre Wertvorstellungen anschließen und Bezug zu ihren Bedürfnissen und Problemen haben,
- für sie realisierbare Lösungen aufzeigen,
- glaubwürdig und für sie überprüfbar sein.

Albrecht sieht drei immer wiederkehrende Kommunikationsprobleme im Entwicklungsländerkontext: 1. Verstehbarkeit, 2. Kommunikationsstrategie, 3. Monitoring.

Auf der Ebene der Verstehbarkeit liegen aus seiner Sicht folgende gesicherten Erkenntnisse vor:

- Die Projektleitung muss jemand innehaben, der engen Kontakt mit der Zielbevölkerung und entsprechende Erfahrung hat. Erfahrung und Wahrnehmungsfähigkeit sind wichtiger als Ausbildungsstufen.
- Die Zielbevölkerung muss bei Entscheidungen über Inhalt und Form (Medium, Bilder, Symbole, Sprache) und bei der Überprüfung und Korrektur von Veränderungen beteiligt werden. Der zu übermittelnde Inhalt muss auf zentral wichtige Aussagen begrenzt bleiben.

Auf der Ebene von Kommunikationsstrategien unterscheidet Albrecht den Ansatz der Information-Diffusion von dem des Information-Seeking. Der Diffusionsansatz geht davon aus, dass es ein zentral definiertes, vorgegebenes Problem gibt, das gelöst werden muss. Dieser Ansatz steht und fällt damit, ob Problemermittlung und Lösungsempfehlung der Lebenssituation der Bevölkerung entsprechen (was meist nicht der Fall ist). Der Ansatz des Information-Seeking definiert bereits das Problem nur zusammen mit Mitgliedern der Zielgruppe. In den 1970er und 1980er Jahren wurde in Lateinamerika der Ansatz des Information-Seeking äußerst erfolgreich mit einem Ansatz basisbezogener Kommunikation, mit einem Ansatz

nonformaler Erziehung und mit dem einer *conscienticação* nach Paulo Freire verbunden – alle wichtige Teile einer Strategie der *comunicación popular.* Auf der Medienebene waren solche Projekte eine Verknüpfung von außerschulischer Bildung und wechselnden technischen Medien mit traditionalen Formen von Erzählung, Dramaturgie und optischen Darstellungen.

In Bezug auf das Monitoring von Medienprojekten ist es wichtig, einen laufenden Überblick über den Projektvorgang zu haben, um Fehlentwicklungen rechtzeitig erkennen und notfalls Korrekturen vornehmen zu können. Das aber geht nur, wenn das gesamte Projekt detailliert hinsichtlich seiner Ziele und Unterziele beschreibbar ist. Für die Projektsteuerung muss es daher so etwas wie ein kontinuierliches Rückinformationssystem geben. Sowohl in der Zentrale als auch im Projekt vor Ort müssen die personellen und technischen Möglichkeiten so beschaffen sein, dass korrigierende Rückinformationen umgesetzt werden können (Albrecht 1983).

Die bisherigen Erfahrungen in der Entwicklungskommunikation und die Überlegungen Hartmut Albrechts lassen sich folgendermaßen zusammenfassen: Medienprojekte sind dann erfolgreich, wenn sie nicht medien-, sondern zielgruppenorientiert konzipiert sind, wenn also ein sozialer Kommunikationsprozess initiiert wird. Diese Erkenntnis aus der Entwicklungskommunikation der 1970er Jahre ist – unabhängig von westlichen Entwicklungsexperten – vitale und gelebte Realität in Hunderten von lokalen Medienprojekten insbesondere im Lateinamerika der Gegenwart, insbesondere auch dort, wo es Basisaktivitäten der katholischen Kirche gibt. Solche Projekte gibt es mit vielen verschiedenen technischen Medien – in Peru z. B. mit Internetcafés in der Form von sogenannten *cabinas públicas.*

Gegenüber den 1970er Jahren haben sich in Theorie und Praxis der Entwicklungskommunikation gegenwärtig aber zwei wichtige Akzentverschiebungen ergeben. 1. Infolge der Umbrüche durch neue Informations- und Kommunikationstechnologien und als Begleiterscheinung postmoderner Theorien herrscht in gegenwärtigen Mediendiskussionen ein technologischer Determinismus vor. In völliger Verkürzung einer komplexen Diskussion über das Wechselverhältnis von Gesellschaft zu Technik wird z. B. aus der technischen Interaktivität des Internets auf die Zunahme von positiven sozialen Kontakten geschlossen, oder die Ausstrahlung eines einzelnen Radiosenders an sehr viele Empfänger gilt als Beispiel für autoritäre soziale Kommunikation von oben nach unten. 2. Infolge der Diskussion um Samuel Huntingtons Arbeit *The Clash of Civilizations* (1993) gewinnt eine Kulturdiskussion im Bereich der internationalen Beziehungen zunehmend an Bedeutung. Wichtig sind in diesem Zusammenhang vor allem die Arbeiten des norwegischen Friedensforschers Johan Galtung, der die meisten Kulturbeziehungen und -kontakte als Gewaltverhältnis ansieht (1998).

Wie immer solche Einschätzungen von Kulturkontakten en détail auch sein

mögen, so sehr scheint auch für die Entwicklungskommunikation festzustehen, dass der Faktor Kultur noch intensiver als früher berücksichtigt werden muss. Mit vielen Beispielen und aus guten Gründen machen Ramm (1985), Eilers (1992) oder Maletzke (1996) darauf aufmerksam, dass Entwicklungskommunikation kulturellen Mustern und Brüchen folgt: Optische Wahrnehmung, Zeiterleben, Raumerleben, Denken, Sprache, nonverbale Kommunikation, Wertorientierungen und Verhaltensmuster folgen kulturell vorgeprägten Normen. Wer sie nicht kennt, kommuniziert ineffektiv. Wer sich ihnen annähern will, kann das nur mit dem Instrument der Empathie, also der Einstellung, sich dem anderen zu öffnen, ihm zuhören zu wollen.

Gemäß diesen Überlegungen überrascht es nicht, dass der Einsatz von Klein- und Gruppenmedien überwiegend von Nichtregierungsorganisationen, Basisorganisationen und Selbsthilfegruppen ohne kommerzielle Interessen betrieben wird. Der Umgang mit diesen Medien, ihren Inhalten, Vermittlungsformen und Techniken wird hierbei weitgehend aktiv und partizipativ gestaltet, wobei besonders die lernzielunterstützenden und solidaritätsfördernden Potenziale der Medien zum Tragen kommen.

Im Unterschied dazu entziehen sich insbesondere die kommerziellen Massenmedien der Möglichkeit einer aktiven Einflussnahme auf ihre Inhalte durch die Zielgruppen. Die Botschaften dieser Medien rücken vor allem das kurzfristig Aktuelle, Außergewöhnliche und Aufmerksamkeit Erregende in den Vordergrund. Damit setzen sie eher auf oberflächliche Information, Unterhaltung und das Bedienen von Vorurteilserwartungen ihrer Empfänger und machen so Neuigkeit zu einem Wert an sich.

18.3 Krisenprävention, Medienleistung und Medienauswahl

18.3.1 Medienwirkungsforschung

Die Medienwirkungsforschung ist in der Kommunikationsforschung zum einen eines der am besten erforschten Teilgebiete (Prokop 1981; DFG 1986; Schenk 1987), ist zum anderen aber gerade das Teilgebiet, in dem es keine verlässlichen und eindeutigen Aussagen und Ergebnisse gibt und geben kann. Es ist vor allem auch das Teilgebiet, das je nach wissenschaftstheoretischer Prämisse zu diesem oder jenem Ergebnis kommen muss.

Im Zentrum der gesamten Forschung um Medienwirkungen stand immer eine der beiden folgenden Behauptungen, nämlich erstens, dass Massenmedien omnipotente Einflussträger seien, und zweitens, dass ihr Einfluss relativ gering sei.

War die Omnipotenz-These in den 1950er Jahren wichtig, so verlor sie danach mehr und mehr an Bedeutung. Stand zu Anfang der Kommunikationsforschung die Macht des Senders im Vordergrund, so nahm die Bedeutung des Rezipienten als des aktiv die Inhalte auswählenden bewussten Individuums im Laufe der Forschungsgeschichte zu. Unter dem Eindruck neuer Informations- und Kommunikationstechnologien und eines technologischen Determinismus postmoderner Theorien gewinnt gegenwärtig die Omnipotenz-Theorie wieder an Einfluss und Bedeutung.

Eine 1986 von der Deutschen Forschungsgemeinschaft (DFG) in Auftrag gegebene und in Umfang und Qualität einmalige Untersuchung über den Stand der Medienwirkungsforschung kam eindeutig zu dem Ergebnis, dass die Wissenschaft nicht in der Lage ist, allseits akzeptierte Aussagen über Medienwirkungen zu treffen. Und das Resümee von Schenk (1987), dass Wirkungszusammenhänge so komplex seien, dass es keine linearen und monokausalen Behauptungen über Inhalt und Wirkung geben könne, gilt wohl nach wie vor. Nach Schenk spielen individuelle Faktoren (Dependenz, Selektion, Aufmerksamkeit, Aktivität, Informationsverarbeitung, Gratifikationssuche usw.) eine Rolle, aber auch lokale und interpersonale Gegebenheiten (Primärkommunikation, direkter Zugang) und sozialstrukturelle Bedingungen (Strukturen der Berichterstattung, Systemdifferenzierung usw.). Wirkungsforschung kann nur dann zu validen und sinnvollen Aussagen kommen, unterzieht sie diese intervenierenden Bedingungen sorgfältigen Prüfungen.

Wirkungsaussagen sind deswegen so schwierig, weil ihnen allzu häufig ein reduziertes, ein produkt- und senderorientiertes Verständnis von Kommunikation zugrunde liegt (Gegenwärtiges Beispiel: Das Internet dezentralisiert Kommunikation. Dezentralisierte Kommunikation ist wichtig für die Demokratie). Doch nur dann, wenn man Kommunikation als einen sozialen Prozess begreift – und genau das war das Ergebnis einer vierzigjährigen Diskussion in der Development-Support-Communication –, wird man zu konkreten Aussagen über Medienwirkungen kommen können.

Entwicklungskommunikation kann nur dann optimal wirken, wenn sie

- partizipatorisch ist,
- sich mit Empathie endogen verankert und
- sich kultur- und sozialverträglich gestalten lässt.

Anders formuliert: Entwicklungskommunikation ist nur dann erfolgreich, wenn eine Top-down-Kommunikation durch partizipatorische Netzwerkmodelle ersetzt wird. Partizipation ist sowohl der Schlüssel zu Effektivität als auch die wichtigste ethische Basis für eine humanitäre Intervention von außen.

Analysen über die Wirkung von Medien zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung liegen auf wissenschaftlicher Ebene nicht vor. (Allerdings gibt es zahlreiche Erfahrungsberichte von betroffenen Akteuren.) In Anlehnung an Dusan Reljics Arbeit über Medien in Zeiten von Konflikten (1998) scheint jedoch folgendes Raster für einen ersten Problemzugang sinnvoll zu sein.

Man kann sich jede mediale Kommunikation in einem gesellschaftlichen Kräftefeld vorstellen, das von den folgenden fünf Grundbereichen beeinflusst wird:

- Kultur,
- Politik,
- Ökonomie,
- der Qualität des medialen Senders und der medialen Aussage,
- der Qualität der Medienrezeption.

Reichweite, Tiefe, Art, Qualität, Zeitlichkeit und Räumlichkeit dieser fünf Grundbereiche variieren erheblich, und außerdem gibt es eine gegenseitige Abhängigkeit dieser fünf Grundbereiche von- und untereinander. Medienkommunikation verläuft als Vektor, dessen Qualität und Richtung durch die Einflussstärke der einzelnen fünf Bereiche bestimmt wird. Die Schwäche des einen Faktors kann durch die Stärke des anderen nur zum Teil kompensiert werden. Es gilt aber auch der umgekehrte Zusammenhang. Kein Faktor kann seine Stärke voll entfalten, wenn die anderen schwach sind. Simpel formuliert: Medien können nie aus sich heraus wirken. Ein sinnvoller Medieneinsatz ist immer an Bedingungen außerhalb der Medien rückgekoppelt.

So hat etwa, so Dusan Reljic, das Wachstum der Medien in Bosnien infolge der Unterstützung durch internationale Institutionen und westliche Regierungen zwar zu einem quantitativen Wachstum des journalistischen Outputs geführt, nicht jedoch gleichzeitig zu einer qualitativen Verbesserung der journalistischen Produkte. Oder: Eine Förderung von Ausbildungsgängen in einem Fach Friedensjournalismus kann dann folgenlos bleiben, wenn die gegebenen politischen Herrschaftsstrukturen keine Medienautonomie dulden oder wenn eine mangelnde oder sinkende Kaufkraft der Bevölkerung gar keinen nennenswerten Medienkonsum zulässt. Oder: Hassmedien können dann nur beschränkt wirken, wenn ihnen demokratisch wache Rezipienten gegenübersitzen.

Die sehr unterschiedlichen Funktionen, Rollen und Wirkungen von Hassmedien kann man recht gut in einem Vergleich von Ruanda und den USA deutlich machen, denn auch und gerade in den USA gibt es sogenannte Hassradios. Historisch gilt es hier wenigstens kurz zu erwähnen, dass in den 1930er und 1940er Jahren ein faschistisches Hassradio die »Erfindung« des US-amerikanischen, katho-

lischen Priesters Charles Coughlin war. In den USA gab und gibt es in den letzten Dekaden Hassradios im politischen Umfeld des Moderators und Rechtsaußen-Politikers Rush Limbaugh mit dessen offen rassistischen Radiostationen und bei den in den USA und Kanada in den 1990er Jahren zugelassenen Radio-, TV-Stationen und Internetseiten des deutschen Neofaschisten Ernst Zündel. Doch in einem gesellschaftlichen Umfeld mit gewachsener demokratischer Kultur können US-amerikanische Hassradios nicht die gleiche Kraft und Wirkung entfalten wie Radios in Zentralafrika. Die offenen Aufrufe zum Völkermord im Radio-Télévision *Libre des Mille Collines* oder im Radio *Rutomorangingo* in Ruanda respektive Burundi, die es Mitte der 1990er Jahre gab, waren nur vor dem Hintergrund einer in sich zerstrittenen, segmentierten, »chaotischen« Gesellschaft denkbar, einer Gesellschaft, in der sich Staatlichkeit in Auflösung befand und deren einzelne Segmente zudem von außen nach dem Prinzip des Teile und Herrsche gegeneinander ausgespielt wurden.

Medien können die ihnen zugedachte Rolle von Krisenprävention und Konfliktbearbeitung nur dann ausfüllen, wenn es seitens der verschiedenen politischen Eliten (und dazu zählen auch endogene NGOs) einen eindeutigen Willen zu Prävention und Versöhnung gibt. Und: Eine Stärkung jedes einzelnen der fünf Grundbereiche kann nur dann zu den erwünschten Ergebnissen führen, wenn gleichzeitig auch in den anderen vier Bereichen Fortschritte erzielt werden.

18.3.2 Radio, Video und Internet

Nicht Medien, sondern Menschen kommunizieren. Beherzigt man diese Erkenntnis, dann kann es keine Liste von Medien geben, die sich entweder gut oder schlecht für das Ziel von Krisenprävention und Konfliktbearbeitung eignen. Es geht also nicht um eine isolierte, technokratische Medienauswahl, vielmehr um eine begründete Wahl soziotechnischer Systeme, also von Schnittstellen zwischen Mensch und Medium. Und bei solchen Schnittstellen ist dann danach zu fragen, welche sich am besten für das Ziel von Krisenprävention und Konfliktbearbeitung eignen.

Vor Längerem schon hat die Abteilung Entwicklungskommunikation der Food and Agriculture Organization (FAO) der UN eine aufschlussreiche Evaluation über die Leistungspotenziale verschiedenartiger soziotechnischer Systeme vorgelegt. Wichtig bei dieser Übersicht sind vor allem die dort aufgeführten zehn Beurteilungskriterien (siehe auch Tabelle 18.4):

- Kosten
- Glaubwürdigkeit

Tabelle 18.4 Charakteristika von Medien in der Entwicklungskommunikation

Art der Medien	Eigenschaften der verschiedenen sozio-technischen Mediensystem									
	Kosten	Glaubwürdigkeit	Verständlichkeit	Zielgruppe	Zuverlässigkeit	Interaktivität	Handhabung	Schnelligkeit	Adaption	Ausdruck
Traditionelle Medien										
1. Theater	–	××	×	×	××	××	××		××	
2. Geschichte, Sprichwörter, Rätsel	–	×	××	×	××	×	××		××	×
3. Marionetten	+	××	×	×	××	××	××		××	
4. Lieder	–	××	××	×	××		××		××	××
Moderne Medien										
1. Radio	+	××	××	××	××	×	××	××	××	××
2. Fernsehen	+	××	×	××	××	×	×	×	×	×
3. Video	+	××	×	×	×	×	××	×	×	×
4. Audiokasetten	–	×	××	×	××	×	××	×	×	×
5. Dias	–	×	×	×	×	×	××	×	×	×
6. Printmedien	–	×	×				××			
7. Film	++	×	××		××				×	×
8. Flipcharts	+	××	××	××	××	××	××	××	××	×

× = gut ×× = sehr gut – = wenig kostspielig + = kostspielig ++ = sehr kostspielig

Quelle: FAO 1989, S. 15 ff.

- Verständlichkeit
- Zielgruppe
- Zuverlässigkeit
- Interaktivität
- Handhabung
- Schnelligkeit
- Adaptation
- Ausdruck

Was nützt beispielsweise die Interaktivität des Internets, wenn die Zielgruppe nicht erreicht wird, technische Zuverlässigkeit nicht gegeben ist, die telekommunikativen Kosten hoch sind, Analphabeten dieses Medium nicht bedienen können?

Auffallend an der tabellarischen Übersicht der FAO ist die herausragend leistungsstarke Rolle des Radios. Es steht eindeutig an erster Stelle. Diese Wertschätzung des Radios wundert weder den Praktiker noch den Theoretiker der Entwicklungskommunikation. Aus der umfassenden Forschungsliteratur zum Thema Radio sei hier auf die Arbeiten des US-Amerikaners Harold A. Fisher (1990) eingegangen. In den 1980er Jahren hatte er mehrere Landradioprojekte mit verschiedenen Zielsetzungen in unterschiedlichen Entwicklungsländern geleitet. In einer vergleichenden Auswertung solcher Projekte in Jamaika, Ecuador, der Dominikanischen Republik, Indien, Sri Lanka und Liberia kommt Fisher zu elf Kriterien, die einen Projekterfolg begünstigen:

- intensive Erforschung der Bedürfnisse der Zielgruppe vor dem Projekt,
- Begleitforschung während des ganzen Projektes, um Effektivität zu gewährleisten und Bedürfnisse der Zielgruppe nicht aus den Augen zu verlieren,
- Partizipation der Zielgruppe an der Projektplanung,
- Partizipation der Zielgruppe an der Programmproduktion,
- Interaktion des Projektpersonals mit der Zielgruppe,
- Kommunikation nur in der Sprache der Zielgruppe,
- ausgewogene Kombination von Information und Unterhaltung unter starker Verwendung einheimischer Programm-Materialien,
- Verstärkung jeglicher Radioarbeit durch Face-to-Face-Kommunikation vor Ort,
- gute Ausbildung aller Mitarbeiter,
- Einbezug einheimischer Gruppen in den Aufbau und die finanzielle Stützung der Infrastruktur des Radiosenders (z. B. durch den Bau von Häusern) und
- Kooperation mit Regierungsstellen.

Die guten Erfahrungen mit dem Radio als Motor von allgemeinen Projekten im Bereich der Entwicklungskommunikation haben ihre deutlichen Spuren beim

Einsatz sogenannter Krisenradios seit Anfang der 1990er Jahre hinterlassen. Unter der Ägide der UN gab es in den 1990er Jahren Krisenradios in folgenden Regionen: Namibia (UNTAG), Haiti (ONUVEH), Ex-Jugoslawien (UNPROFOR), Kambodscha (UNTAC), Angola (UNAVEM), Somalia (UNOSOM), Mosambik (ONUMOZ), Ruanda (UNAMIR) und El Salvador (UNUSAL). Art und Intensität der Arbeit dieser UN-Krisenradios waren und sind sehr unterschiedlich. Sie reicht von der Produktion von Fünf-Minuten-Beiträgen, die einheimischen Sendern zur Verfügung gestellt wurden, bis zum Bau neuer Studios.

Übereinstimmend betonen die Berichte aus diesen Radioprojekten, dass das Radio das ideale Medium sei, um einer lokalen Bevölkerung den Sinn einer Peacekeeping-Mission zu erklären, sich an sie zu wenden, mit ihr zu kommunizieren. In Bezug auf das Radio tauchen hier folgende positive Leistungskriterien auf:

- große Reichweite,
- Flexibilität von Programmzulieferung bis zum Aufbau eigener Radiosender,
- Ansprache auch einer analphabetischen Zielgruppe in jeder denkbaren Sprache,
- flexibles und technisch einfaches Medium,
- relativ billige Programmproduktionskosten (im Vergleich zu TV),
- schnelle und einfache Mitmachmöglichkeit für die lokale Bevölkerung und
- als Medium der gesprochenen Sprache fest verankert in der oft stark oralen Kommunikationsstruktur vieler Entwicklungsländerkulturen.

Nach dem Radio folgt in der FAO-Tabelle das Video mit einem ebenfalls sehr hohen Leistungspotenzial. Warum? Werden Menschen in Krisen und Konflikten gefilmt und wird ihnen sodann die Möglichkeit gegeben, sich (und andere) auf einem Bildschirm bzw. einer Leinwand wiederzusehen, dann kommt einem solchen Rezeptionserlebnis eine hohe Glaubwürdigkeit zu. Es dürfte kaum ein anderes audiovisuelles Medium wie das des einfachen Videos geben, bei dem das Maß an Wiedererkennung, Identifikation, Glaubwürdigkeit und Verständlichkeit so groß ist wie gerade bei diesem.

Die Tonbandaufnahme für das Radio und der Videofilm für die Videovorführung: Sie beide fangen so authentisch wie möglich eigene, primäre und traditionelle Formen der Kommunikation ein. Und schon diese eigenen traditionellen Kommunikationsformen eignen sich gut für eine effektive Entwicklungskommunikation. Zahlreiche Theater- und Marionettengruppen, Tanz- und Liedergruppen haben in allen Teilen der Dritten Welt in den letzten Jahren erfolgreich und höchst partizipativ an einem prosozialen Wandel mitgearbeitet. In Palästina war es z. B. das El-Hakawati-Theater, das sich für eine friedlichen Aussöhnung zwischen Israelis und Palästinensern den Weg einsetzte (Shinar 1987), und in der jün-

geren Geschichte der früheren GTZ war es das Projekt mit den *poupées magiques* vom Salohy-Puppentheater, das madegassische Zuschauer erfolgreich über Aids aufklärte (Ruby 2000).

Es ist aus der Funktionsbestimmung dieses soziotechnischen Systems heraus verständlich und nachvollziehbar, wenn in den 1970er und 1980er Jahren die Begriffe Video, Alternativkommunikation und sozialer Wandel im Kontext der Entwicklungskommunikation nahezu Synonyme waren; das galt und gilt insbesondere für alle Spielarten der *comunicación popular* in Lateinamerika. Dementsprechend hieß es z. B. im Weltkommunikationsbericht der UNESCO von 1989: »Alternative Video production in Brazil was in the cultural and political vanguard during the l970s. Independent producers experimented with new uses of the media that changed traditional vertical relationship between producers and audiences. The work of the alternative producers attempted to reduce the homogenity of commercial television by presenting the cultural, linguistical, ethnic and religious diversity of Brazilian people« (UNESCO 1989, S. 205).

Es ist zum Teil auch den Funktionsbestimmungen des Mediums Video zu verdanken, dass sich gerade Frauen und Frauengruppen aktiv der Entwicklungskommunikation zuwandten. Auf der Konferenz *Women Empowering Communication* 1994 in Bangkok stellten sich u. a. die folgenden Frauen-Kommunikationsprojekte vor:

- The Women's Feature Service, New Delhi, India
- The Development Through Radio Project, Harare, Zimbabwe
- Kali for Women, New Delhi, India
- The Friends of Women Foundation, Bangkok, Thailand
- Women Living Under Muslim Laws, Grabels, France
- Feminist International Radio Endeavour, Colon City, Costa Rica
- Tanzania Media Women's Association, Dar es Salaam, Tanzania
- Women's communication networks in Brazil, Rio de Janeiro, Brazil

Einig waren sich die Kommunikationsexpertinnen nicht nur in zahlreichen Gender-Fragen, sondern auch darin, dass Radio und Video zu den wirkmächtigsten soziotechnischen Systemen der Entwicklungskommunikation gehören. Vor einem solchen Hintergrund wundert es, dass das Medium Video nicht viel stärker als Mittel der Krisenprävention und Konfliktbearbeitung eingesetzt wird. Das Beispiel des Videofilms *Back Home* der UNHCR bei der Aufklärung von Flüchtlingen in Ost-Timor zeigt sehr deutlich, wie sinnvoll und effektiv der Einsatz gerade dieses Mediums sein kann.

Als besonders interaktives Medium ist selbstverständlich auch das Internet seit Längerem als Medium der Entwicklungszusammenarbeit im Gespräch. Es ist

gerade dort von Bedeutung, wo es NGOs aus dem Norden und dem Süden miteinander vernetzt, und es gibt bereits von Anfang an zahlreiche Dokumentationen aus der Frauen- und Friedensbewegung, der Umweltschutz- und der Menschenrechtsbewegung, in denen solche Aktivitäten und Arbeiten beschrieben und analysiert wurden (vgl. z. B. Burkhard 1993; FES 1998).

Allerdings soll hier auf einige Probleme aufmerksam gemacht werden, die bei vielen Internet-Befürwortern zu wenig berücksichtigt werden:

- Bei der weltweit extrem ungleichen Verteilung von telekommunikativen Infrastrukturen könnte gerade das Internet zu einer Abhängigkeit südlicher von nördlichen NGOs führen.
- Die meisten Internet-Befürworter argumentieren auf der Basis eines technologischen Determinismus und gehen davon aus, dass eine technische Vernetzung des Südens zu dessen politischer Partizipation an Entscheidungen im Norden führen wird. Diese Position vertreten besonders gern auch Internet- und Technologie-Konzerne (Google, Microsoft, Apple usw.), deren Interesse Marktausdehnung ist, die dieses Interesse aber mit Phrasen von Partizipation kaschieren. Doch: Direkte Übertragungen von der Sphäre der Technik auf die der Politik sind logisch unzulässig.
- Gerade die (nahezu) zeitgleiche, direkte und interaktive Form der Kommunikation verschärft ein grundsätzliches und offenes Problem der Nord-Süd-Struktur: Welche Legitimation hat eine x-beliebige NGO, sich von außerhalb und unter Umständen aus großer geografischer Distanz per Internet im Inneren eines anderen Landes, einer anderen Kultur zu engagieren? Roberto Verzola, Bürgerrechtsaktivist aus den Philippinen, spricht deswegen vom Internet als einer neuen Welle des Kolonialismus (Verzola 1999).

Auch das Medium Internet muss nüchtern betrachtet werden. Für die Anfangsphase in den neunziger Jahren galten folgende statistischen Angaben:

- Rund 90 Prozent aller Internet-Hosts befinden sich in Nordamerika und Europa.
- Die 20 Prozent Reichsten auf der Welt sind mit rund 90 Prozent an der Nutzung des Internets beteiligt – die 20 Prozent Ärmsten erreichen nur einen Nutzungsanteil am Internet von rund einem Prozent. Da sich die meisten Armen in Südasien befinden, verwundert es nicht, dass diese Region mit weniger als einem Prozent an den Internetnutzern beteiligt ist, obwohl sie rund ein Viertel der Weltbevölkerung beherbergt.
- In den USA muss man rund einen Monatsgehalt aufwenden, um sich einen PC kaufen zu können, in Bangladesch dagegen acht Jahresgehälter.

- Das typische Internetnutzer-Profil in Lateinamerika sieht folgendermaßen aus: Rund 70 Prozent aller Nutzer sind zwischen 18 und 34 Jahre alt, männlich und besitzen sowohl eine Hochschulausbildung als auch eine Kreditkarte.

Internet dividiert weltweit, nicht nur in den Entwicklungsländern, sondern auch in Nordamerika und Europa: in Schwarz und Weiß, Frau und Mann, Arm und Reich, Alt und Jung, Ungebildet und Gebildet, Bauern und Städter, Nichtenglisch und Englisch. Ein sehr spezielles Gebiet, nämlich die sogenannte Wissenskluftforschung, beschäftigt sich insbesondere mit der Frage, ob z. B. der Zugang zum Internet im Laufe von Zeit abnimmt, ansteigt oder stagniert. Generell geht die streng empirisch ausgerichtete Wissenskluftforschung davon aus, dass die jeweils neuen Medien eine Wissenskluft zwischen Wissensreichen und Wissensarmen vergrößern (vgl. Bonfadelli 1994). Beim Internet haben die Schwellenländer ihren Abstand zu den Industrieländern inzwischen zwar stark verringert, sodass die weltweite Zahl der Internetnutzer auf 3 Mrd. Menschen geschätzt wird und damit fast die Hälfte der Menschheit umfasst. Doch in den Ländern der Dritten Welt sind sie nach wie vor eine Minderheit. So verfügen gegenwärtig 13,5 Prozent aller Afrikaner zwar über einen Internetzugang, doch noch nicht einmal ein Prozent aller Afrikaner haben einen Breitbandanschluss.

Die Differenz zwischen Internetzugang und Breitbandanschluss verweist auf ein Methodenproblem, denn es ist in der Forschung umstritten, ob die Ausbreitung des Internets in den Entwicklungsländern eine Globalisierung oder eine verschärfte Polarisierung zur Folge hat. Jedenfalls kann man darüber diskutieren, ob allein der Zugang zum Internet die Dritte-Welt-Länder befähigen wird, ihre global benachteiligte strukturelle Position eines *underdog* zu verbessern. Denn gerade im Bereich von IuK-Technologien und Telekommunikation ist die technische Dynamik derartig schnell, dass Dritte-Welt-Länder innerhalb von zehn Jahren zwar ihre Distanz zu den Industrieländern hinsichtlich des Internetzugangs drastisch verringert haben mögen, doch ist in eben diesen zehn Jahren auch in den Industrieländern die technische Dynamik nicht stehen geblieben. Dort geht es inzwischen nicht mehr um den Internetzugang, sondern um einen Breitbandanschluss. So justiert sich die Distanz zwischen den Industrieländern und der Dritten Welt wiederum auf das bekannte und geschätzte Verhältnis von 90 Prozent zu 10 Prozent zum Nachteil der Dritten Welt. Dementsprechend spricht man inzwischen von der sogenannten Breitbandkluft. Eine erfolgreiche nachholende Entwicklung, auch beim Internet, lässt sich sowohl empirisch als auch analytisch nur in Ausnahmefällen zeigen.

Nochmals: Menschen kommunizieren, nicht aber Technik. Und das Vorhandensein vieler neuer zusätzlicher Kanäle ist keinerlei Garantie für Kommunikation. Das gilt auch für das Internet. Für Kommunikationsexperten ist deshalb

nach der ersten Internet-Euphorie das folgende Ergebnis alles andere als überraschend: »Die strukturellen Merkmale massenmedialer Kommunikation wiederholen sich im Internet, a-symmetrische Kommunikationsverhältnisse, mangelnde Argumentationsbereitschaft und fehlende Informationstiefe tauchen als Problem auf. Die interaktiven Telekommunikationstechnologien stellen den gesellschaftlichen Akteuren vielfältige Kanäle und Nischen zur Deliberation bereit, einen herrschaftsfreien Diskurs garantieren sie damit aber nicht« (Schulz 2000, S. 43).

18.4 Berichte aus der Praxis – Medieneinsatz vor, während und nach einem Konflikt

Bei der Suche nach Fallstudien über die Rolle von Medien nach einem Konflikt vergessen gerade viele Deutsche, dass die Politik der sogenannten Re-Education durch die US-amerikanische Besatzungsmacht nach 1945 auch eine Medienpolitik war. Über diese Politik liegen reichhaltige Erfahrungsberichte vor; sie ist zudem in der Forschung gut aufbereitet.

Gut dokumentiert ist beispielsweise, dass der schon seit dem Dezember 1944 von Luxemburg aus nach Deutschland sendende US-amerikanische Soldatensender 1212 bewusst und zielgerichtet mit dem Konzept arbeitete, zunächst (aber eben nur zunächst!) akkurat, objektiv, unabhängig, unverzerrt, unparteiisch und professionell zu berichten (Burger 1965). Von Anfang an aber gab es die Strategie, nach der Gewinnung von Glaubwürdigkeit beim Rezipienten in einem zweiten Schritt genau das Gegenteil zu tun, nämlich Nachrichten zu manipulieren. Nicht nur macht dieses Beispiel die manchmal schwimmenden Grenzen zwischen Aufklärung und Manipulation deutlich. Einige zentrale Aspekte der US-amerikanischen Medienpolitik bei der Umerziehung der deutschen Bevölkerung lassen sich folgendermaßen zusammenfassen:

- Die unmittelbare Realerfahrung der deutschen Bevölkerung in Kontakt und Umgang mit der US-amerikanischen Besatzungsmacht (Konsumgüter, Verwaltung, Organisation, Freizeit usw.) wirkte sozial viel nachhaltiger als die neuen medialen Erfahrungen.
- Die US-amerikanische Medienpolitik in dieser Phase direkt nach dem Krieg war nicht interesselos. Sie diente auch eigenen politischen und ökonomischen Interessen (z. B. der Marktöffnung für US-amerikanische Filme).
- Der Aufbau eines neuen Freundbildes in den US-amerikanisch kontrollierten Medien (Westbindung, deutsch-amerikanische Freundschaft, Erziehung zu Freiheit und Demokratie) war eng mit dem Aufbau eines Feindbildes verknüpft (Kalter Krieg, Antikommunismus usw.).

Gegenwärtig gibt es eine Vielzahl von Medienprojekten in vielen Entwicklungsländern (aber auch in Europa), in denen Medien zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung eingesetzt werden. Für dieses Kapitel wurden vom Verfasser insgesamt fünf originale Erfahrungsberichte von Medienpraktikern aus verschiedenartigen Projekten in Manuskriptform eingeholt. Der erste Bericht stammt von George Bennett, einem englischen Journalisten, der jahrelang Direktor des Afrika-Service der *BBC* war. Von 1993 bis 1995 war er Direktor der Kommunikationsabteilung der Somalia-Mission der UN, und er berichtet über ein Radioprojekt in Somalia. Es folgt ein Bericht von Andrea Gros, ehemals Kommunikationsexpertin der Hirondelle-Stiftung in Genf, über eine Medienaktion in Ruanda von 1995 bis 1996. In einem dritten Bericht schildert George Bennett seine Radioarbeit im bürgerkriegsgeschüttelten Liberia 1997. Loretta Hieber ist Gründungsmitglied und Direktorin der Non-Profit-Stiftung Media Action International in Genf: Sie berichtet in einem vierten Report über Radio-Aufklärung unter Flüchtlingen aus dem Kosovo. Der fünfte Bericht kommt von dem WDR-Journalisten Friedrich W. Zimmermann. Er berichtet über den Aufbau einer lokalen Radiostation in Südafrika.

18.4.1 *Radio Maanta* in Somalia (1993) – von George Bennett

When UNOSOM II, led by retired US Admiral Jonathan Howe, took over from the American UNITAF force in Somalia, they inherited a daily newspaper and radio service. Both were run by an American army »Psyop« or psychological operations unit. The radio, like the newspaper was called »Maanta« – Somali for »today«. A team of Somali translators and broadcasters worked under the supervision of a Lieutenant Colonel and his team. Nothing was originated by the Somalis themselves. As the Americans had no previous experience of Somalia the material was often crude in its expression and culturally unsuitable for a Somali audience.

I arrived in Mogadishu to join UNOSOM as Chief of Media Services and take over the radio and newspaper from the Psyop Unit. The former US embassy compound where we lived and worked was under attack. Our offices were straddled by mortar fire. In July six of our newspapers distributors were murdered during their morning run to take copies to North Mogadishu. I took a different editorial approach to the radio and newspaper from that of the US army. I convinced Admiral Howe that listeners to radio Maanta need a more objective service. We started running editorials from the international press, which were often critical of UNOSOM. Feedback from the city showed that our listenership was starting to increase.

The broadcasts continued on the original Psyop units low power transmitter – which could only be heard in the capital, Mogadishu, and had a weaker signal strength than the radios installed and operated by Aideed and his rival in North Mogadishu, Ali Mahdi Mohamed. Broadcasts continued until the radio was finally turned off and the embassy compound was abandoned.

After I got the job of Spokesman for the Somalia Mission Radio Maanta sadly reverted to its old top-down propaganda mode, and listeners began to fade away. Radio was undoubtedly the prime medium for communicating in Somalia. Had we been allowed to develop a comprehensive and professional radio system for the whole country, who knows, the story of the failed mission might have been very different.

18.4.2 Die Medienaktion »Ubupfura buba mu nda« in Ruanda (1995/96) – von Andrea Gros

Im November 1995, knapp 16 Monate nach dem Ende der Massaker des sogenannten »Völkermordes« begann ich in der Delegation des Internationalen Komitees vom Roten Kreuz (IKRK) in Ruanda als Kommunikationsbeauftragte (Déléguée de Diffusion) zu arbeiten. Zunächst recherchierte ich in Gesprächen, semistrukturierten Interviews und verschiedenen Ateliers mit internationalen Organisationen, lokalen NGOs, Wissenschaftlern, Journalisten, Künstlern, Überlebenden und Heimkehrern Möglichkeiten, humanitäre Werte als Bestandteil der ruandischen Kultur und des traditionellen Sozialgefüges in ein Friedenslobbying mit einzubeziehen.

Vorherrschende Gruppenspannungen traten bei den Jugendlichen am deutlichsten auf: Wiederkehrende gegen Überlebende, Überlebende gegen Alt-Flüchtlinge, Alt-Flüchtlinge gegen Neu-Flüchtlinge. Wiederholungen der »Kriegsvorbilder« wurden in den Schulen und auf den Straßen zu einem zentralen Problem. Von daher sollte sich im Sinne der Langzeitprävention die Medienaktion zunächst an die Primärzielgruppe der Kinder und Jugendlichen richten.

Medienaktionen können von sogenannten Sekundärzielgruppen unterstützt werden, indem Botschaften durch sie multipliziert und verbreitet werden. Von daher fallen sie unter den eigentlichen Begriff des »Friedenslobbyings«. Die partizipatorische Analyse war ein erster Schritt in die Bildung des Lobbyings. Die Medienaktion wurde von Anfang an vom damaligen MIJEUMA (Ministère de la Jeunesse et du Mouvement Associé), dem Roten Kreuz in Ruanda, verschiedenen NGOs, individuellen Journalisten, Künstlern und den Medien ideell mitgetragen. Niemand wurde bezahlt.

Als Land oraler Traditionen besitzt Ruanda einen großen Reichtum an über-

lieferten Sprichwörtern. »Ubupfura buba mu nda« erinnert an eine verloren gegangene Tradition, ein gemeinsames Mahl zu teilen und darauf zu achten, dass zunächst die Schwachen, Kranken, Alten, Kinder oder schwangeren Frauen ihren Teil bekommen, bevor die »starken Männer«, die »Impfura« zu essen beginnen. »Ubupfura« geht aber darüber hinaus. Es beinhaltet Großzügigkeit, Selbstdisziplin, Respekt vor dem Menschen und Friedfertigkeit.

Die Leitidee »Ubupfura buba mu nda« wurde durch Musik-, Gedicht- und Malwettbewerbe mit der Primärzielgruppe entwickelt und medial begleitet. Mehr als 8 000 Studenten, Schüler und Straßenkinder nahmen an den wiederum unbezahlten Wettbewerben teil. Die Teilnehmer erhielten als kleines Geschenk Notizbücher und Buntstifte. Die Gewinner der Wettbewerbe nahmen aktiv an der Verarbeitung ihrer Ideen teil. Die Organisatoren der Wettbewerbe arbeiteten als Freiwillige.

Die Gewinner des Musikwettbewerbes produzierten mit professionellen Musikern eine Musikkassette mit 10 Liedern und gaben verschiedene Konzerte in den Provinzen, die von den ruandischen Medien gecovert wurden. Das ruandische Fernsehen erklärte sich bereit, aus dem Gewinnerlied unentgeltlich einen Video-Clip zu produzieren, der seine Erstaufführung am 1. Januar 1997 direkt nach der Neujahrsansprache des Präsidenten hatte. Der Gedichtwettbewerb wurde in verschiedenen Radiomodulen so oft zitiert und diskutiert, dass Radio Ruanda schließlich sogar seinen eigenen »Ubupfura«-Theaterwettbewerb ausschrieb. Die besten Zeichnungen wurden in einem Jahreskalender und in einer Wanderausstellung 1997 verwendet. Da die meisten Teilnehmer unentgeltlich bei der Kampagne mitmachten, beliefen sich die Gesamtkosten, inklusive Produktionskosten, auf 27 500 US-Dollar.

18.4.3 *Radio STAR* in Liberia (1997) – von George Bennett

Fondation Hirondelle, a small Swiss-based Non-Governmental-Organisation that specialises in providing information in areas of conflict or post-conflict, asked me to start and run a radio station to »level the playing field« before the elections in July 1997. Although USAID funded STAR radio on FM at very short notice, it was impossible to launch its service until five days before polling day. The effect the broadcasts had on the voters in the run up to the elections was therefore minimal.

I pointed out that as STAR radio specialised in news and information the value of the programmes would clearly be long term rather than short term. Further elections were planned for the coming years – chieftaincy elections were overdue and so were local elections.

We soon found ourselves in the position of providing quality news in a state whose government swiftly reneged on the promises made before it came to power. President Charles Taylor, having won a landslide victory, set about eliminating the rump of opposition to his rule. He now used the state newspapers and radio as well as his own to demonise his rivals. Within a few months of the election the murder of Samuel Dokie, a former colleague of Taylor's who had defected, sent a shiver down the spines of most Liberians. Other unexplained disappearances followed and in September 1998 government forces ejected Roosevelt Johnson and his followers from their enclave in the heart of Monrovia. During that weekend, when Johnson and a number of his followers fled to the US Embassy and there was wholesale killing in the city, STAR radio was the only radio in central Monrovia to stay on the air. Virtually the whole of the population was glued to our frequencies as our half hourly news bulletins told them what was happening and was able to provide reassurance to those who feared the worst. STAR radio provided a secure flow of information to counter rumour and panic.

Soon after the Dokie murders, the government abruptly closed STAR radio, claiming that it had been illegally constituted under the interim government that preceded that of Taylor. However, there was a donor conference coming up and it was early in the life of a government anxious to establish its international credentials and attract aid. After pressure from the international community, the government backed down and invited STAR radio to resume its broadcasts. Later, the government claimed that STAR radio was illegally posting its news bulletins on the Internet. At the same time I was threatened with deportation by the Ministry of Labour. Both these problems were resolved but the Taylor government has not restored the short wave frequency that it also withdrew without any convincing reason. Fortunately, STAR's FM frequency could be heard over a wide area of the country, covering the majority of the population.

In 1998 STAR radio won four national and two international awards – including *CNN's* African Radio Journalist of the Year. An independent audience research survey early in 1999 showed that we had become the most listened to station in the country. STAR radio not only produces a wide range of programming but also has produced innovative radio drama. A ten-part adaptation of Gogol's »The Government Inspector« in Liberian English was as relevant to 20th Century Liberia as it was to 19th Century Russia.

It is remarkable how STAR radio has survived. None of its news items has ever been seriously challenged. STAR radio's editors and broadcasters are Liberians; they are talented, fairly rewarded and proud of their achievement. Perhaps the success of STAR radio is a pointer to further developments in African journalism, even under totalitarian governments.

18.4.4 *Radio SPEAR* für Kosovo-Flüchtlinge (1999) – von Loretta Hieber

In early April 1999, Media Action International (MAI) proposed the establishment of daily radio broadcasts aimed at providing refugees and victims of war from Kosovo with humanitarian needs-based information in Albania. On 23 April 1999, the first broadcasts of SPEAR-Albania went on the air. Supported by DFID, Soros, the Albanian Media Center, UNHCR and ECHO, »In the Name of Humanitarianism« (English translation) was broadcast on Radio Tirana and four other stations reaching all Kosovar refugees in Albania as well as parts of Kosovo.

In June, MAI established a tri-partite agreement with the UNHCR and Macedonian Press Center to produce 30 minute programs focusing on humanitarian issues for returning Albanian Kosovars. By late June, it was broadcasting in Albanian on Radio 77, a local independent broadcaster, with transmission links to nine Albanian-language radio stations.

On 6 July 1999, Media Action International sent an assessment team to Kosovo to determine the information needs of the returning refugees as well as the overall population. This needs assessment revealed that a large majority of Kosovars received no information regarding the relief activities of the international community in Kosovo. There was a strong need to provide Kosovars immediately with unbiased, independent and professionally produced radio programs to ensure vital humanitarian information was disseminated. While in Pristina, the team was specifically requested by Special Representative Sergio Vieira de Mello of UNMIK to get humanitarian broadcasts operating as soon as possible, namely within the next few days. Project SPEAR-Kosovo was launched on 16 July 1999 with a team of seven Albanian language journalists, and seven Serb language journalists, support staff and three expatriates.

Project SPEAR-Kosovo entails the production of Serb and Albanian language radio programs which are distributed on all available frequencies in Kosovo. Currently[1], thirteen stations are running the programs. Programmes focus on humanitarian activities ranging from landmines awareness and war crimes investigations to water availability, building materials and health care facilities. »In the Name of Humanitarianism« seeks to help keep local populations informed about on-the-ground conditions and security, aid operations, re-construction efforts as well as the activities of the UN, KFOR and other international organisations. The programs are not intended to act as official mouth-pieces of the United Nations or specific international agencies as such affiliations with »official« organisations would not serve the credibility of the programs. Instead a close collaboration based on information sharing and access to interview partners is desirable.

The program format is the same for both the Albanian and Serb language. Five minutes of news is followed by a magazine feature section. The news programs are identical in both Serb and Albanian but magazine features differ. The teams of journalists operate separately but share information, and story ideas in daily editorial meetings.

The over-all objective of the project is to provide the Serb and Albanian populations of Kosovo with timely, impartial and well-produced independent needs-based radio programs focusing on humanitarian interventions as well as the reconstruction efforts of the international community. Through impartial reporting, emanating from the local staff, Kosovars are better able to make informed decisions about the future of their province.

18.4.5 *Lokalradio ALXfm* in Südafrika (1995–97) – von Friedrich W. Zimmermann[2]

Mit dieser Aufgabe wurde ich betraut: Planung des Studios, Installation der Technik, Auswahl und Training der Mitarbeiter, redaktionelle Konzeption, Übergabe an den leitenden Direktor nach sechs Monaten Sendebetrieb. Dies natürlich als integrierter Mitarbeiter in ständiger, oft langwieriger Abstimmung und Zusammenarbeit mit den verantwortlichen Mitgliedern des Rundfunkrates (Board of Trustees) von *ALXfm*.

Was aber ist das Besondere, das Neue an einer solchen lokalen Radiostation?

Unsere Grundüberlegung war am Anfang, dass dieses Radio den Bewohnern von Alexandra gehört.

- Ein offenes Studio, mit Redakteuren und Mitarbeitern aus dem Township, für jedermann jederzeit zugänglich. Im Stadtzentrum, an zentraler Bushaltestelle, neben der Tagesklinik, der Bibliothek, der Arbeitsvermittlung, dem Gemeindesaal für kulturelle und politische Veranstaltungen, also »mittendrin«. Der Blick ins Sendestudio ist geöffnet durch eine große Scheibe, der Moderator als Nachbar bekannt, die Studiotür zwar geschlossen, aber der Eintritt nach Absprache möglich. Der Begriff »de-mystifying« Radio prägt das Konzept.
- Es gibt bei *ALXfm* keine sogenannten Sprachenfenster. Jeder im Studio spricht so, wie er sich am besten verständigen kann. Damit wird versucht, Herrschaft durch Sprache, so wie es die Apartheid-Regierung mit der Einführung vom Afrikaans als Unterrichtssprache in allen Schulen gemacht hat, zu vermeiden. Die Redakteure und Moderatoren sprechen, wie die meisten Bewohner Alexandras, mindestens vier Sprachen fließend.

Damit will *ALXfm* dem neuerlichen Dominanz-Streben einiger Ethnien, die das Machtvakuum sofort nach dem Verfall der alten Autorität erkannten, entgegenwirken und allen Bewohnern ein Forum sein. So geschieht es, dass der Moderator im Studio seine Gäste in der Zulu-Sprache interviewt und ein Studiogast antwortet in Xhosa und ein anderer in Si-Pedi. Und das Wichtigste: Der Zuhörer am Radio-Empfänger hört und versteht das Programm rund um die Uhr. Der Zuhörer erfährt die Nachrichten und Informationen aus seiner Umgebung aus erster Hand.

Mit zunehmendem Erfolg, nicht nur messbar in Hörerumfragen, gab es von verschiedenen Seiten, vor allem von sogenannten gesellschaftlich relevanten Gruppen im Township, Begehrlichkeiten und Versuche, auf Inhalt und Personal Einfluss zu nehmen. Allen voran gaben Vertreter politischer Parteien dieser Versuchung nach. Engagierte Gründungsmitglieder und Mitarbeiter konnten diese Versuche aber abwehren; dies geschah in gravierenden Fällen mit dem Hinweis auf die Satzung der Regulierungsbehörde IBA, die Mandatsträgern politischer Parteien untersagt, als Mitarbeiter oder als Mitglieder im Rundfunkrat aktiv zu sein.

[…]

Es gibt bis heute viele positive Erfahrungen über den Einfluss dieses Radiokonzepts auf das Zusammenleben der 500 000 Bewohner in Alexandra. Anstatt der Rache gegen die Unterdrücker des alten Regimes Vorschub zu leisten, übernimmt die Redaktion das Konzept des Präsidenten Nelson Mandela von Wahrheitsfindung und Versöhnung. Eine Erfahrung, die für mich ebenso neu war wie die Auseinandersetzung mit der tief sitzenden Verbitterung gegen die Ordnungsmacht, die Vertreter des Apartheidregimes und ihre schwarzen Kollaborateure. Ich sehe, dass viele kleine Radiostationen in der Nachbarschaft – ohne staatstragenden Auftrag – als ergänzendes Instrument für eine demokratische Entwicklung taugen.

18.4.6 Lessons Learned

Von diesen insgesamt fünf Praxisberichten bezieht sich nur ein Bericht auf den Medieneinsatz während eines Krieges (Somalia), keiner auf Präventionsmaßnahmen vor einem Gewaltausbruch und vier Berichte beziehen sich auf den Medieneinsatz nach dem Ende gewaltsamer Konflikte. So bestätigen die für diese Studie eingeholten fünf Praxisberichte das, was sich auch in der Fachliteratur spiegelt: Medienprojekte werden von westlichen NGOs erst dann gestartet, wenn ein gewaltsamer Konflikt vorbei ist. Medienprojekte mit ausgesprochenem Präventionscharakter sind nahezu unbekannt, auch wenn sie dringend nötig wären.

Bis auf den Somalia-Bericht – dessen Autor dem Radioprojekt Erfolglosigkeit

deswegen zuschreibt, weil es um reine US-Propaganda von Militärs gegangen sei, nicht jedoch um Aufklärung – gehen alle anderen Berichte vom Erfolg ihrer Projekte aus.[3] Bei vier der fünf Erfolgsberichte geht es um das Medium Radio. Aus diesen Berichten lassen sich folgende Erfolgskriterien herauslesen:

- Einbettung in die Kulturtradition vor Ort,
- Berücksichtigung der Sprachen der Zielgruppe,
- Kooperation mit Einheimischen,
- Kooperation mit einheimischen Medien,
- Entmystifizierung von Medientechnologie (Mitmachmedien),
- völlige Unabhängigkeit von Militärs (auch in der Gestalt von UN-Friedenstruppen) und sonstigen (zumeist westlichen) Regierungsinstitutionen,
- aktive Arbeit (auch: Sozialarbeit, Jugendarbeit, Erwachsenenbildung, Einführungskurse, Schulungskurse) im Medienmix (Video, Film, Radio, Print, Musik, Malerei, Tanz, Poesie) als Methode für soziales Lernen.

In vielen dieser Erfolgsberichte taucht als Erfolgskriterium auch das der Qualitätsnachricht auf. Das Projekt sei erfolgreich gewesen wegen akkurater, objektiver, unparteiischer und/oder professioneller Berichterstattung; das Projekt habe erfolgreich die Rolle eines Watchdog im Sinne einer Pressetheorie der Vierten Gewalt eingenommen. Dieses Erfolgskriterium soll nicht angezweifelt, wohl aber relativiert werden. Erstens fällt auf, dass die hier sichtbar werdende sogenannte *BBC*-Ideologie im Wesentlichen von angloamerikanischen Autoren stammt. Zweitens gilt auch hier der Rückverweis auf die Arbeit von Dusan Reljic, dass der Grundbereich der *Qualität medialer Aussage* nur dann stark wirken kann, wenn auch die anderen vier Grundbereiche starke Wirkungsmöglichkeiten haben. Schließlich steht drittens eine Theorie der Presse als Vierter Gewalt von Wilbur Schramm (1956) seit Langem in dem gut begründeten Verdacht, den kulturell so völlig anderen Formen von Öffentlichkeiten in vielen Entwicklungsländern nicht gerecht zu werden.

Ein Erfahrungsbericht für eine erfolgreiche Krisenprävention durch den aktiven Einsatz von Medien kann hier zwar nicht präsentiert werden, gleichwohl gibt es mit dem konzertierten Medieneinsatz beim gewaltlosen Sturz des Marcos-Regimes 1986 ein positives Beispiel, das in der entsprechenden Fachliteratur auch gut dokumentiert ist (vgl. Murphy 1986; Gross-Mayr 1987; Kotte 1988). Sieht man sich die Gründe für den Erfolg des Projektes AKKAPKA an, dann fallen folgende Faktoren zusammen: 1. soziale Mobilisierung durch eine »einheimische NGO« – nämlich die katholische Kirche, 2. enorm breite Mobilisierung von vielen Millionen Menschen, 3. koordinierte und systematische Vorbereitung und Einübung von sozialen Aktionen, 4. Nutzung von Medien (Radio, Flugblatt, Broschüre) als

integrale Bestandteile sozialer Aktionen, 5. Einbindung traditionaler und Gruppenmedien (Gebet, Predigt, Tanz) in die Arbeit mit modernen Massenmedien, 6. spirituelle Basis, 7. mit Staatspräsident Ferdinand Marcos Existenz eines starken Feindbildes und 8. mit der Oppositionspolitikerin Corazón Aquino die Existenz eines charismatisch verklärten und starken Freundbildes.

Freilich ist gerade der präventive Einsatz von Medien stets besonders umstritten, da jede Prävention auf folgende Konflikte trifft. Sie berührt das schwierige Verhältnis zwischen politischer Selbstbestimmung im Inneren und den moralischen und rechtlichen Kriterien für eine Maßnahme von außen – genau zu einem Zeitpunkt, an dem es keinerlei offene Gewalt gibt. Bislang ist es unklar, wie ein demokratisch legitimierter und ein außerdem sozial- und kulturverträglicher Entscheidungsprozess aussehen muss, der von außen für das Innere eines anderen Landes entscheidet, ob sich ein Krieg, eine Krise bzw. ein Konflikt (mit dem daraus folgenden Medieneinsatz) anbahnt oder nicht.

18.5 Probleme und Dilemmata: Ansatzpunkte für die Entwicklungszusammenarbeit

Weder lösen Medien einen Krieg aus, noch können sie ihn beenden. Medienkommunikation kann aber in Prozesse von sozialer Kommunikation und gesellschaftlichem Wandel positiv eingreifen. Medienwirkung ist stets multikausal und langfristig. Medienwirkung im Sinne einer strukturellen Krisenprävention und Konfliktbearbeitung erfordert eine institutionelle Absicherung in Form von kontroverser Öffentlichkeit, die Ermöglichung von Vielfalt und Pluralismus, ein Medienrecht als Rahmenbedingung von Rechtsstaatlichkeit und journalistische Ethikcodices als Regulativ für verantwortliches Handeln auf individueller Ebene. Die Förderung solcher institutionellen Bedingungen für Medienkommunikation in der Entwicklungszusammenarbeit muss Ausgangspunkt und Ziel jeder einzelnen Projektförderung von Medienarbeit vor, während und nach Konflikten sein. Sicherlich sind das sehr hohe Ansprüche an Medienprojektarbeit. Da die Projektrealität aber sowieso zu Kompromissen führen wird, kann es nicht sinnvoll sein, bereits mit konzeptionellen Kompromissen zu beginnen.

Der Mediensektor ist in der Entwicklungszusammenarbeit generell deswegen ein äußerst sensibler Bereich, weil Medienkommunikation immer auch Fragen der Kultur berührt, und es sind zuallererst Kulturfragen, bei denen viele Entwicklungsländer jegliche Intervention von außen ablehnen. Vor diesem Hintergrund stellen sich der Entwicklungszusammenarbeit folgende Probleme: 1) das Verhältnis von Gewalt zu kultureller Autonomie, 2) das Verhältnis von innen zu außen, 3) das Verhältnis von sozialem Lernen zu technologischer Intervention, 4) das

Verhältnis von NGOs zu Staat und Regierung und 5) das Verhältnis von Eingreifen zu Zurückhaltung.

18.5.1 Das Verhältnis von Gewalt zu kultureller Autonomie

Ganz ohne Frage gelten Gewaltminderung und Versöhnung als oberste Ziele von Medienprojekten zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung. Genauso klar ist es allerdings auch, dass die abstrakte Einigung auf allgemeine Prinzipien der Gewaltlosigkeit dann brüchig werden kann, wenn a) der Gewaltbegriff differenziert wird und b) eine Konkretisierung erfolgt. Was aber ist, wenn die Intervention von außen schon Teil von struktureller Gewalt ist oder wenn es im Inneren eine Kultur der Gewalt gibt?

Eine allgemeine journalistische Berufsethik erfordert oft die Vermittlung neutraler Fakten und objektiver Informationen, die gerade während einer Konfliktsituation weitergegeben werden müssen. Dieser Berufsethik von Neutralität steht das Problem gegenüber, dass friedensrelevante Inhalte oft so beschaffen sind, dass sie vorherrschende Verhaltensmuster einer Kultur der Gewalt ändern wollen und müssen.

Medienarbeit sollte so angelegt sein, dass sie besonders solche die Konflikte verhindernden Inhalte und Verhaltensmuster stützt und stärkt, die aus der endogenen Kultur kommen. Eine derartige Vorgehensweise könnte auf eine Nachhaltigkeit von Versöhnung und Frieden hinauslaufen.

18.5.2 Das Verhältnis von innen zu außen

Häufig genannte Gründe für externe NGOs, sich mit Medienprojekten in Konfliktzonen anderer Kulturen und Länder zu engagieren, lauten Neutralität, Unabhängigkeit und Objektivität. Diese Werte können durchaus auch von endogenen, lokalen Medienakteuren umgesetzt werden. Falls es solche lokalen Medienakteure geben sollte, dann sind eher deren Aktivitäten zu stärken, als dass mit einem zusätzlichen, neuen Projekt von außen begonnen werden sollte. Mit Recht betont Robin Hay deswegen in seinem Paper *The Media and Peacebuilding*: »Friedensarbeit kann überhaupt nur in sehr begrenztem Ausmaß von außen geleistet werden« (Hay 2000, S. 1).

In der Medienwirkungsforschung wird dem Faktor Glaubwürdigkeit eine zentrale Rolle für gelungene Medienwirkung zugeschrieben. Aus der Sicht von Kriegs- und Konfliktopfern sind aber viele Medienakteure strukturell unglaubwürdig, da sie reich sind, eine weiße Hautfarbe haben, von außen kommen usw. Dieser struk-

turelle Mangel ist auf Systemebene nicht zu beheben. Nur auf individueller Ebene kann der Unglaubwürdigkeit des Systems durch empathisches Handeln aller individuellen Medienprojektmitarbeiter effektiv entgegengewirkt werden. Externe Projektmitarbeiter müssen also über die emotionale Fähigkeit verfügen, sich in die situative und kulturelle Befindlichkeit anderer Menschen einzufühlen.

Bei einer Vertrauens- und Friedensarbeit mit Medien geht es u. a. um normative und kulturell sehr unterschiedlich verstandene Themen wie Versöhnung, Menschenrechte, Rechtsstaat, Pluralismus, Demokratie. Solche Themenvorgaben sollten von NGOs nicht länger so definiert werden, dass die Zielgruppe von Medienarbeit als passive Rezipienten oder schlimmer noch als passive Opfer wahrgenommen wird. Aus einem passiven Opfer muss ein aktiv Beteiligter werden. Jedes Opfer muss so gestärkt werden, dass es selbst und aktiv im Rahmen der Friedensbildung tätig werden kann.

Echte Partizipation auf allen Projektebenen und zu allen Zeitpunkten ist die einzige Chance zur Überwindung einer Differenz zwischen innen und außen.

18.5.3 Das Verhältnis von sozialem Lernen zu technologischer Intervention

Rekapituliert man an dieser Stelle noch einmal die Tradition und Veränderung dessen, was Theorie und Praxis von Development-Support-Communication war und ist, dann lässt sich zusammenfassend für den Höhepunkt dieses Diskussionszusammenhanges Ende der 1970er Jahre Folgendes sagen: Development-Support-Communication ist Sozialarbeit mittels Medien.

Ziel dieser Arbeit ist die emotionale und kognitive Befähigung zu Selbst- und Mitbestimmung der Medienrezipienten. Die Differenz zwischen Sender und Empfänger, zwischen Experte und Laie, zwischen außen und innen lässt sich nur durch Partizipation und Empathie überbrücken.

Ein solcher Ansatz von sozialem Lernen in der Entwicklungszusammenarbeit war in vielen Medienprojekten in vielen unterschiedlichen Ländern ausgesprochen erfolgreich. Dennoch brach dieses in der Entwicklungszusammenarbeit vorherrschende Paradigma Anfang der 1980er Jahre unkommentiert in sich zusammen. Während Development-Support-Communication in den 1980er und 1990er Jahren gar kein Thema war (Krämer und Lehrke 1996), tauchte sie Ende der 1990er Jahre in Form einer Diskussion um Internet und Globalisierung erneut auf, ohne dass allerdings auf die früheren Diskussionen Bezug genommen wurde. Zwischen beiden Diskussionssträngen klaffen aber Generations-, Praxis- und Theoriekonflikte. Die gegenwärtige Diskussion um Internet und Globalisierung ist technologiefreundlich bis -euphorisch, sie wird hauptsächlich von der Informations- und

Kommunikationsindustrie, vielfach von NGOs und ansatzweise von staatlichen Institutionen bestimmt, sie ist vom Optimismus einer vernetzten Welt getragen, von der Hoffnung auf Überwindung vielfältiger Mängel in Erziehung, Aus- und Weiterbildung, Kommunikation, politischer Partizipation, Medizin, Produktion usw. (Becker 2001).

Bei einem Medieneinsatz zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung in der Entwicklungszusammenarbeit ist eine Mischung beider Ansätze und Denktraditionen gefragt, nämlich die Kombination von sozialem Lernen mit neuen und alten Medientechnologien.

18.5.4 Das Verhältnis von NGOs zu Staat und Regierung

Die Tätigkeit von NGOs in der Entwicklungszusammenarbeit ist relativ neu. Sie ist u. a. Ausdruck von staatlichem Versagen in der Entwicklungszusammenarbeit. NGOs stehen an herausragender Stelle für zivilgesellschaftliches Engagement jenseits von Staat und Wirtschaft. Gerade weil NGOs zivilgesellschaftliche Kräfte vertreten, ist ihr Engagement häufig sehr stark gesinnungsethisch fundiert. Deswegen sind NGOs in der Entwicklungszusammenarbeit vorrangig dort aktiv, wo es um symbolische Politik geht, und genau das gilt auch für den Zusammenhang von Krisen und Medien.

So begrüßenswert das Engagement von NGOs im Bereich von Krisenprävention und Konfliktbearbeitung auch ist, so sehr gerade die Kreativität, die Energie und das Verantwortungsbewusstsein beeindrucken, so sehr fällt die mangelnde Distanz vieler NGOs zu sich selbst auf. Viele NGOs haben kaum eine demokratische Legitimation für ihr Handeln, haben kaum Feedback von ihrer eigenen Basis (die zudem sehr klein ist), entwickeln in ihrem Verhältnis zu NGOs im Süden oft die gleichen Dominanzstrukturen, wie sie die Makrostruktur des Nord-Süd-Konflikts vorgibt, lassen sich oft gerade über den Weg der Finanzierung von Regierungen instrumentalisieren und sind eben bei Weitem nicht das, was sie häufig zu sein vorgeben: autonom, basisdemokratisch, oppositionell (Wahl 1998; Brunnengräber 1998). So zeigt z. B. für die Landschaft humanitärer Projekte auf dem Balkan eine Analyse von Gilles d'Aymery recht deutlich, dass sich hinter einer bunten Vielfalt immer neuer kleiner NGOs, die auf dem Balkan tätig sind, doch nur eine handvoll bekannter Großakteure verbergen, nämlich die Soros- und die Ford-Foundation, das US-Institute of Peace und die National Endowment for Democracy (2001).

Trotz dieser berechtigten Kritik an vielen NGOs können und sollten sie unter folgenden Vorgaben an Medienprojekten zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung aktiv beteiligt werden: Zunahme an überprüfbarer Professionalität, be-

triebswirtschaftlicher Rationalität und wissenschaftlich angereicherten Projektevaluationen.

Diese Schlussfolgerung und die Forderung nach aktiver Einbeziehung von NGOs relativiert nicht die notwendige Kritik an ihrer bisherigen Arbeit, zielt eher und vielmehr in Richtung einer Kritik an staatlichen Institutionen, ist doch deren missglückte Development-Support-Communication-Politik oder die einer misslungenen Medienarbeit zur Krisenprävention seit vielen Dekaden ausreichend in der internationalen Forschung dokumentiert.

18.5.5 Das Verhältnis von Eingreifen zu Zurückhaltung

Seit es technisch vermittelte Medienkommunikation gibt (d. h. seit dem optischen Flügeltelegrafen Anfang des 19. Jahrhunderts), werden die Protagonisten der jeweils neuen Technologien nicht müde zu behaupten und zu versprechen, dass die nun endlich neu vorhandene Medienkommunikation a) Brücken baut, b) Frieden schafft und Vorurteile reduziert, c) durch Vernetzung Ungleichheiten abschafft und d) alle Menschen einander näher bringt. Mit der elektronischen weltweiten Vernetzung durch das Internet haben sich solche Vorstellungen um ein weiteres Moment gesteigert. Eingriffsdynamik und die Vorstellung von der Veränderbarkeit sozialer Strukturen durch einen Zugriff auf Medien und Technologien haben sich intensiviert.

Durchaus sind im Übrigen Konfliktsituationen denkbar, in denen eine Ethik der Zurückhaltung sehr viel eher gewaltmindernd wirkt als jeder Medieneingriff, sei er auch noch so gut durchdacht. Wie an anderer Stelle ausführlich expliziert (Becker 1999; Becker 2008), gewinnen angesichts einer sich immer schneller drehenden Medientechnologiespirale Strategien der Zurückhaltung und des Verweigerns an Bedeutung. Mit anderen Worten: Je intensiver Kriege, Krisen und Konflikte auch zu Informationskriegen, -krisen und -konflikten werden, desto mehr muss auch die Entwicklungszusammenarbeit darüber nachdenken, ob es nicht ein intensives Krisen- und Konfliktmanagement jenseits von Medien geben muss.

Diese fünf Probleme und Dilemmata sind (vorerst) nicht aufzulösen, schon gar nicht in Richtung fauler Kompromisse. Sie müssen jedoch wieder und wieder vor jedem Medienprojekt, das zu Krisenprävention und Konfliktbearbeitung zum Einsatz kommen soll, durchgesprochen werden. Es kann bei Projektarbeit keine Patentlösungen geben, wohl aber eine transparente Diskussion über Unzulänglichkeiten.

Erzählen als Enttöten: Friedensforschung als Erzählforschung

19

Erzählen als Enttöten, also: *Lebensrettendes Erzählen,* ist eine sprachliche Übernahme des gleichlautenden Aufsatztitels des Literaturwissenschaftlers Volker Klotz. Diesem Autor geht es in seiner Erzähltheorie weniger um das Erzählte als um das Erzählen. In Auseinandersetzung mit den Erzählstrukturen in *Tausendundeiner Nacht,* Boccaccios *Dekamerone,* Chaucers *Canterbury Tales* oder Seghers' *Der erste Schritt* kommt Klotz zu dem Schluss:

> »Wer in zyklischer Erzählrunde Geselligkeit erzeugt und aufrecht erhält, kontert der Ungeselligkeit von Friedhofsparzellen. Formelhaft hieße somit das Prinzip, das sich hier durchweg zu erkennen gibt: Erzählen als Enttöten. Es lässt sich […] nicht allein am thematischen Anlass und Zweck der Veranstaltung ablesen, sondern eben auch am Hergang. Daran, dass die Erzählung, fortschreitend, ihren Weg dazu nur zurücklegt, um zu dem zu gelangen, was sie vor sich hat. Daran, dass sie nach ihrem Ende nicht eingeht, vielmehr weiterwirkt in den Zuhörern, denen sie eingeht. Erzählen als Enttöten: dies Prinzip wird wohl entschärft, aber nicht entkräftet, wenn beim zyklisch/instrumentalen Erzählen unmittelbar keine lebensbedrohenden Anlässe und rettenden Zwecke im Spiel sind.« (Klotz 1982, S. 332)

In Sprache und Terminologie der Friedensforschung übersetzt, sagt Volker Klotz mit seiner Erzähltheorie nichts anderes, als dass Erzähltes und Erzählen, Inhalt und Form, Ziel und Mittel einander entsprechen müssen: Si vis pacem, para pacem – Wenn du den Frieden willst, dann bereite den Frieden vor. Und um mit Max Horkheimer zu sprechen, könnte *zählen* sprachlich für sein Konzept von »instrumenteller« versus *erzählen* für sein Konzept von »humaner Vernunft« stehen.

Mit einem zweiten wichtigen Literaturwissenschaftler lässt sich außerdem verdeutlichen, dass formalisierte, institutionalisierte und große Kommunikationsmedien kaum im Sinne von Klotz erzählen und enttöten können, sondern nur *einfa-*

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7_19,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

che Formen – so der Buchtitel von André Jolles[1]. Dass diese Funktion nur *Legende, Sage, Mythe, Rätsel, Spruch, Kasus, Memorabile, Märchen, Witz* – dies der lange Untertitel von Jolles' Buch – übernehmen können, hängt damit zusammen, dass sie »so sehr in der Sprache verankert sind, dass sie auch dem ewigen Gewissen der Sprache, der Schrift, zu widerstreben scheinen« (Jolles 1956, S. 218). Nur einfache Formen entbehren einer sprachlichen Verfestigung und befinden sich nach Jolles deswegen »in einem anderen Aggregatzustand« (Jolles 1956, S. 7) als Dichtung.

Sozialwissenschaftlich gewendet ist dieser Gedanke dahingehend zu formulieren, dass gerade einfache Formen herrschaftsfreier als komplexe sind, dass einfache Formen weniger kontrolliert und instrumentalisiert werden können als große, dass sich Sprache, Sprechen und Erzählen eher Herrschaft entzieht als Schrift, Schreiben und Verschriftlichung, dass schließlich einfache Formen und kleine Kommunikationsmedien sich eher für politischen Widerstand und politische Verweigerung eignen als etwa große Dichtung oder große Kommunikationsmedien wie Presse, Radio und Fernsehen. Einfache Formen enttöten.

Was das Staatsfernsehen nicht schafft, bringt allemal der Volksmund, nämlich ätzende Kritik an den Reichen: *Wabenzi* heißen in Bantu verächtlich die Mercedes Benz fahrenden Angehörigen der korrupten afrikanischen Staatseliten, das Schimpfwort *pompidoufanga* meint im französischen Westafrika, sich beim früheren französischen Staatspräsidenten Georges Pompidou respektive dem europäischen Westen einzuschleimen und es bleibt offen, ob die Propaganda der *BBC* oder eigene Flüsterwitze der faschistischen Herrschaft mehr geschadet haben: »Wisst ihr, wann der Krieg zu Ende ist?« – »Nein!« »Wenn KdF durchs Brandenburger Tor getragen wird.« »Wieso KdF?« – »Knochen des Führers.« Klein und handgeschrieben auf ein Stückchen Papier, erwiesen sich Tausende kleiner Poeme im Apartheid-Südafrika als wirkmächtige Instrumente gegen das rassistische Regime, zumal der Zensor oft nicht clever genug war, die Ambivalenz eines Gedichtes zu verstehen. Und während das große und bis 1990 monopolistisch agierende türkische Staatsfernsehen TRT in der Hand einer kemalistischen Elite von Politikern und Militärs nur staatsfromme Huldigung ausstrahlte, war es einem kleinen Medium wie dem türkischen Comic *Gırıgr* sogar möglich, innerhalb der Türkei das Thema Folter zu behandeln.

Kleine Formen meinen auch und gerade den Witz, den Spott, die Satire, den Biss, die Ironie und den Sarkasmus. »Lachen tötet die Furcht« heißt es zutreffend in Umberto Ecos mittelalterlichem Kriminalroman *Der Name der Rose* und dementsprechend schmissen und schmeißen satirische Zeitschriften wie *Canard enchaîné* (Frankreich), *Penguen* und *LeMan* (Türkei), *Il Vernacoliere* (Italien) oder *Eulenspiegel, Titanic* und *Pardon* (Deutschland) den Herrschenden despektierlich Mist vor deren Füße.

19.1 Soziale Orte des Erzählens

Erzählen ist sprechen, singen, deklamieren, rufen, flüstern und tanzen. Nie allein. Immer im Wechselspiel zwischen dem Protagonisten und einer interessierten Gruppe. Und selbstverständlich brauchten die nordischen Skalden, die mittelhochdeutschen Minnesänger oder die provenzalischen Troubadoure Orte des Erzählens und die westafrikanischen Griots brauchen sie noch heute. Da gibt es zunächst mal den Hinweis auf Bäume als zentrale Orte der mündlichen sozialen Kommunikation, und zwar in vielen unterschiedlichen Kulturen: Die Linde in West- und Mitteleuropa, den Baobab in Westafrika, den Banyan-Baum in Südostasien und im Pazifik und den Ceiba-Baum bei den Mayas in Mittelamerika. Und genau in dieser Tradition pflanzten Kriegsteilnehmer nach dem Krieg 1870/71 eine Friedenslinde im oberhessischen Homberg-Deckenbach und im Dezember 2006 pflanzte das Tübinger Institut für Friedenspädagogik aus Anlass seines dreißigjährigen Bestehens eine Linde im Tübinger Loretto-Viertel. Als Ortszentrum war die Linde früher sowohl Treffpunkt für den Nachrichtenaustausch als auch Gerichtsbaum, unter dem Konflikte ausgetragen und geschlichtet wurden. Schon Martin Luther hatte die Linde den Baum des Friedens und der Freude genannt.[2] Da die Linde als weiblicher Baum gilt, fielen die Gerichtsurteile hier meistens linde aus. Und selbst wenn unter einer Gerichtslinde ausnahmsweise ein Todesurteil gefällt wurde, so geschah das im Rahmen des Thingfriedens, also des gefahrlosen Zusammentreffens der Konfliktparteien unter diesem Friedensbaum. Sieht man sich Kupferstiche mit dem Motiv eines *Neuigkeitskrämers* (also eines Zeitungsvorlesers) aus dem späten 18. Jahrhundert an, dann platziert sich auch er mit seiner Zuhörergruppe unter eine Linde.

Selbstverständlich sind neben Bäumen Gasthäuser soziale Orte des Erzählens. Sei es das Teehaus in der chinesischen (vgl. Lao 1980), der japanischen (vgl. Yasushi 2007) oder der nahöstlichen (vgl. Carroll 2007) Tradition, die Dorfkneipe in Deutschland, die Beiz in der Schweiz, der Han (Karawanserei) im damaligen osmanischen Reich und auf dem Balkan, das Pub in Irland und Großbritannien oder das Wiener Kaffeehaus des 19. Jahrhunderts: Sie alle sind ein höchst kommunikativer und aktiver Mikrokosmos ihrer jeweiligen Gesellschaften.

Dass Gasthäuser immer noch oder erst recht und wieder aktive Ort des Erzählens sind, mögen zwei gegenwärtige Beispiele zeigen. In Remscheid hat eine Initiative um einen ehemaligen Lokalpolitiker unter dem Namen Denkerschmette eine frühere Dorfkneipe als Ort von kontroversen politischen Vorträgen und Musik reaktiviert (vgl. www.remscheiderdenkerschmette.de) und in Dublin in Irland läuft unter dem bezeichnenden Namen *Leviathan* ein ähnliches Experiment. Von der Vorstellung ausgehend, dass *drinking and arguing* mit dem irischen Nationalcharakter nahezu identisch sei, dass es aber immer weniger Pubs gäbe, in denen

genau diese doppelte Tradition zum Zuge kommen könne, gründete Naoise Nunn, ein bekannter irischer Kulturmanager (mit einem Universitätsabschluss in Politikwissenschaft), 2003 den Pub Leviathan, um dort wieder Bier und Politik gegen den *cozy consensus in the media* zusammenzubringen. Eine höchst kontroverse Podiumsdiskussion mit Anjem Choudary, einem unter Terrorismusverdacht stehenden islamischen Prediger aus London, im Frühjahr 2006 demonstrierte öffentlich, dass sogar ein Dialog mit *Feinden, Bösen* und *Nichtpersonen* – so die Begrifflichkeiten eines neuen Feindstrafrechts – machbar ist (vgl. Lavery 2006, S. 2).

19.2 Arbeit und Erzählen

Mediengenetisch ging der Lese- die Vorleserevolution voraus. Und Vorlesen ist somit nichts anderes als eine spezielle soziale Form des Erzählens (vgl. Schenda 1970, 1993; Beyrer und Dallmeier 1994). Begann das Bürgertum seine Tradition des Vorlesens in femininen, urbanen Vorlesesalons im 18. Jahrhundert, so schuf sich die Arbeiterschaft ihre eigene Vorlesetradition in der Mitte des 19. Jahrhunderts. Bei den Tabakarbeitern und ihrer 1848 gegründeten Association der Cigarrenarbeiter Deutschlands, der ersten deutschen Gewerkschaft, entwickelte sich in den politisch und ökonomisch unruhigen sechziger Jahren des 19. Jahrhunderts die soziale Institution eines Vorlesers. Bei der monotonen Arbeit des Zigarrenwickelns war in vielen Produktionsstätten und Heimarbeiterwohnungen das Bedürfnis nach Politik und Unterhaltung entstanden, und so zahlten viele Belegschaften einem Kollegen dessen Lohnausfall, damit dieser ihnen etwas vorlesen konnte. In der Bremer Zigarrenarbeiterschaft war dieses Vorlesen gang und gäbe, bei den Aufsehern aber nicht gern gesehen, da es als subversiv galt. Näherte sich ein Aufseher der Zuhörergruppe, gab der Vorleser seiner Gruppe ein Handzeichen und man wechselte vom Vorlesen ins Vorsingen (vgl. Burgdorf 1984).

Vorgelesen wurden Reichstagsreden, die Schriften von Ferdinand Lassalle, Gedichte von Georg Herwegh oder Abenteuerromane (vgl. Dahms 1965; Buschak 1985). Eindrucksvoll schildert der Arbeiterdichter Otto Ernst (1862–1926) in seinem biografisch gefärbten Roman *Asmus Sempers Jugendland* von 1905 rückblickend das Vorlesen in einer norddeutschen Zigarrenwicklerwerkstatt:

Ludwig Semper »ernannte Heinrich den Seefahrer zum ständigen Vorleser, und er sowohl wie die drei übrigen Gesellen erklärten sich freudig bereit, dafür die Cigarren zu machen, die der Seefahrer eigentlich machen sollte, und sie ihm anzurechnen. So mussten sie denn freilich über den Feierabend hinaus arbeiten; aber gerade beim Lampenlicht, wenn die Welt still geworden war, las und hörte sich's wundergut. […] Man fand, das es sich gut anhöre, wenn [auch Asmus] lese, und da er sich nebenher etwas Französisch und Englisch angeeignet hatte, so



Abbildung 19.1 Zigarrenwickler mit einem Vorleser in den USA (um 1860)

Quelle: ullstein bild – Archiv Gerstenberg, Berlin

konnte er sogar solche Fremdwörter wie ›Bourgeosie‹ und ›Trade Unions‹ lesen. […] Und wenn man nicht mehr las, so wurde über das Gelesene gesprochen; was unverständlich war, das mussten Ludwig Semper oder Heinrich Moldenhuber erklären, und auch Asmus durfte seine Meinung sagen, wenn er eine hatte« (Ernst 1905, S. 236 ff.).

Diese Vorleser bei Zigarrenarbeitern gab es nicht nur in Deutschland. In den USA soll der erste *lecturer* für 1865 in einem Ort namens El Figaro verbürgt sein und zur selben Zeit tauchten diese *lectora de tabaquería* in kubanischen Tabakfabriken auf, wurden freilich schon 1866 wieder verboten, weil sie Aufrührerisches vorlasen. Wiederum nur ein Jahr später von den Arbeitern zurückerkämpft, gibt es den Vorleser in Kuba bis auf den heutigen Tag. Rund 240 Vorleser arbeiten in kubanischen Tabakfabriken, mehr Frauen als Männer. Bis heute ist das inhaltliche Angebot, dass der *lector* vorliest, breit gestreut: Krimis von Stephen King, die sozialistische Zeitung *Granma,* Reden von Fidel Castro, Passagen aus dem Œuvre des kubanischen Nationaldichters José Lezama Lima oder Romane des Kolumbianers Gabriel García Márquez. Man sagt, dass zumindest zwei kubanische Zigarrenmarken ihren Namen den Vorlesern verdanken und zwar die *Montecristo* und die *Romeo y Julietta* nach den bei den Fabrikarbeitern in den Zigarrenfabriken zu Beginn des 20. Jahrhunderts beliebtesten beiden Büchern von Alexandre Dumas bzw. William Shakespeare.

Wer jemals intensiven Kontakt mit Ingenieuren, Bauern oder Gewerkschaftern hatte, der weiß, dass ihnen das Erzählen eigen ist. Sie eint die Tatsache, dass sich ihr Wissen nicht verschriftlichen lässt. Sie verfügen über gewachsene Wissensbe-

stände auf Erfahrungsebene, die sich nicht in Büchern oder in elektronischen Datenbanken abbilden lassen. Eine soziale Tugend wie Solidarität lässt sich kognitiv nicht lernen, vielmehr ergibt sich ihre politische Notwendigkeit aus latenten und impliziten Wissens- und Erfahrungsbeständen.

19.3 Poesie der Ferne

Die Gattung Roman ist nicht nur erst gut 200 Jahre alt, sie ist vor allem eine europäisch-nordamerikanische Formsprache von Dichtung. Der größte Teil der Weltliteratur – da eben außereuropäisch – besteht bis auf den heutigen Tag aus Liedern, Balladen, Lyrik und Gedichten, die außerdem nicht verschriftlicht worden sind und mithin erst recht nicht in gedruckter Form vorliegen. Die große weite und bunte Welt des Erzählens, Rezitierens und Deklamierens ist daher dem Europäer nahezu unbekannt.

Osama Bin Laden war ein Meister seines Fachs: der Mythenbildung und Propaganda. In klassischem Arabisch rezitierte er immer wieder Gedichte im mittelalterlichen Stil. Damit konnte er sein arabisches Publikum zutiefst beeindrucken und zugleich von sich das Bild eines gebildeten Kriegers projizieren. In der Imagologie als T-Shirt oder Plakat tritt Osama Bin Laden als Ritter zu Pferd auf, trägt ein Schwert und ein Banner, greift die mit Hightech-Waffen ausgerüsteten US-amerikanischen Streitkräfte an und trägt folgendes Gedicht vor:

»Ich verkaufe meine Ehre nicht wie ein Lude,
dass ich meine Augen senken, mich ergeben müsste.
Ich sehe das Heer des Kreuzes in unserem Land,
das den Irak besetzt und in den Dreck uns tritt.
Ihr, die ihr mich bittet, den Dschihad aufzugeben,
für ein Leben in Bequemlichkeit und Glück,
verschwendet euren Atem. Den Dschihad gebe ich nicht auf,
solange vergiftete Dolche unser Volk durchbohren;
nein, wahrlich, den Dschihad gebe ich nicht auf,
so lang ihre Kreuze in dunkler Nacht angreifen,
das heilige Arabien beschmutzen und verkünden
›Sicherheit‹ zu bringen, während sie meine Hände halten.«
(Haykel 2008, S. 11)

Groß war die Resonanz, die Osama Bin Laden von Millionen Arabern auf diese lyrischen Botschaften erhielt – klein, sehr klein dagegen ist der Zuspruch der meisten Araber für die vielen und viele Millionen Dollar teuren Propagandabotschaf-

ten der USA per TV, Radio, Internet und Zeitschrift. Groß war die Resonanz eines Osama vor allem auch deswegen, weil es im Arabischen stets das Wort eines Dichters war und ist, dem soziale Bedeutung zukommt. Nur drei Anlässe, so heißt es in vielen arabischen Quellen, verdienen einen Glückwunsch: die Geburt eines Sohnes, das Fohlen einer Stute und das Auftreten eines neuen Barden. Und »Sprich!«, war das erste Wort des Erzengel Gabriel, als dieser Mohammed im 7. Jahrhundert den Koran offenbarte und seine Anhänger gehorchten, indem sie das gesprochene Wort auswendig lernten.

Selbstverständlich kann arabische Poesie nicht nur einem Krieg dienen, sondern auch dem Gegenteil von Krieg, also der Streitbeilegung und Versöhnung. So ist es im Jemen bis auf den heutigen Tag üblich, Streit um eine geraubte Viehherde oder um anderen Diebstahl in Form eines Gedichtwettbewerbs auszutragen. Nicht etwa irgendein Gedicht ist gefragt, sondern Verszeilen, die strengen Regeln gehorchen müssen, sonst ist man schnell der Verlierer, sonst hat der Dichter seine Ehre verloren. Hier ein preisgekröntes Anti-Terror-Gedicht von al-Maschriqi:

»Verfalle nicht dem Wahnsinn auf dem Weg zu den Extremen.
Dein grundfalscher Standpunkt ist kein Grund zum Stolz,
wer nur zerstört und Terror sät, wird selbst daran zerbrechen.«
(Heymach und Sporrer 2007, S. 14)

Auch effektive politische Oppositionsarbeit lässt sich manchmal gut in Versform leisten, wie das Beispiel des usbekischen Oppositionellen und Dichters Jussuf Dschuma zeigt. Als im Oktober 2007 der usbekische Journalist und Menschenrechtsaktivist Alischer Saipow getötet wurde, dichtete Dschuma folgende Versanklage:

»Im Blut sitzt der Drache und dürstet nach Blut,
Hölle innen und außen und sein Hecheln Hölle.
Er tötete Alischer, der Verdammte und Niederträchtige.
Und der Mörder der Mutigen sitzt in Taschkent, in Ak Sarai«
(Bensmann 2007, S. 26)

Ak Sarai ist die Residenz des usbekischen Präsidenten und Despoten Islam Karimow und dessen Reaktion auf Dschumas Poeme, die von Hand zu Hand gehen oder im Internet kursieren, ließ nicht lange auf sich warten: Am 23. Dezember 2007 wurde der Poet wegen Angriffen auf den Präsidenten und die Verfassung verhaftet und im April 2008 zu fünf Jahren Gefängnis verurteilt.

Dass Lyrik in der Dritten Welt keine Angelegenheit der sogenannten Vormoderne ist, zeigt nachdrücklich das Fernsehsatellitenprogramm von *Abu Dhabi TV*.

Da gibt es seit 2006 eine Live-Veranstaltung, in der der beste Dichter eines arabischen Gedichtes einen Preis von einer Millionen Dirham erhält. Die Jury ist mit hochrangigen arabischen Kulturvertretern, Intellektuellen und Poeten besetzt und die gesamte Sendung kann für sich in Anspruch nehmen, die größte TV-Live-Show in der arabischen Welt zu sein. Pro Sendung treten 48 Dichter auf, es gibt Zuschauerbeteiligung per SMS und MMS-Service, eine interaktive Homepage und ein eigenes Monatsmagazin. *Das Gedicht für eine Million* (Million's Poet) ist in der gesamten arabischen Welt zum Straßenfeger geworden – mit 17 Millionen Zuschauern wöchentlich (vgl. Gerlach 2007). Hatten sich die ersten TV-Shows von *Abu Dhabi TV* nur auf die Nabati-Poesie beschränkt, eine seit dem 16. Jahrhundert existierende Beduinenpoesie, lässt die seit dem Juni 2008 neu begonnene TV-Show *Prince of Poets* nur Gedichte aus klassischem Arabisch zu.

Es wäre ja nun nicht die schlechteste aller Schlussfolgerungen aus den traditionellen Gedichtwettbewerben im Jemen und dem alten Sängerkrieg mit Trommel und frechen Worten in Grönland (vgl. Rasmussen 1922), eine Verschiebung vom realen in den symbolischen Krieg zu fordern. Könnte das nicht endlich eine moderne Definition von Kriegsführung werden?

Dass die UNESCO das orale und immaterielle Erbe der Menschheit seit Kurzem unter besonderen Schutz stellt und die Leitung dieses Programms dem als besten Kenner der Erzähltradition in Marrakesch geltenden spanischen Dichter Juan Goytisolo (2001, S. 5) übertragen hat, ist ambivalent zu beurteilen. Seit der bretonische Volkskundler Paul Sébillot (1881) den Ausdruck *Littérature Orale* schuf und prägte, verlief der Wissenszuwachs über das orale Erbe der Menschheit deswegen stets parallel zur Zerstörung seiner sozialen Funktionalität, weil der Erforschungs- vom Zerstörungs- und Herrschaftsprozess nie zu trennen war und ist. Fluch und Barbarei der Moderne!

19.4 Therapeutisches Erzählen

Als der Informatiker und Programmierer Joseph Weizenbaum der Öffentlichkeit sein Entsetzen darüber mitteilte, dass sogar eigene Mitarbeiter auf die schematisch-mechanische Abfolge eines Scheindialogs seines therapeutischen Computerprogramms »Eliza« hereingefallen seien (vgl. Weizenbaum 1977, S. 14 ff.), wurde die Geschichte der Automatenmenschen um eine weitere Variante bereichert (vgl. Wawrzyn 1976). Doch in all diesen Geschichten konnte sich letztlich ein soziales Prinzip gegen einen lebensverneinenden Positivismus durchsetzen. Und wie sehr sich die humane gegenüber einer rein instrumentellen Vernunft immer noch behaupten kann, erhellt sich dann, wenn man Fachliteratur über das sogenannte Debriefing zu Rate zieht. Eindrücklich schildert Gisela Perren-Klingler,

Schweizer Psychiaterin und Ausbilderin in Traumatherapie und -prävention, ihre Erfahrungen bei dem, was sie »Erste Hilfe durch das Wort« nennt:

> »Der durchschnittliche Mensch hat nach einer traumatischen Erfahrung das Bedürfnis, über das Erlebte zu reden. Reden über das Geschehene ist ein Bestandteil von Überlebensstrategien nach Gewalterfahrungen. Die Menschen können es verschieden benennen: ›Zeugnis‹ ablegen, Anklage erheben, Rache nehmen oder die Rettung verherrlichen. Immer aber geschieht Ähnliches. In einer Geschichte werden die Erfahrungen als Tatsachen beschrieben. […] Dadurch, dass die Gewalterfahrungen erzählt werden, entsteht erstmals eine strukturierte Geschichte. Aus der traumatischen und deswegen chaotischen oder chaotischen und deswegen traumatischen Erfahrung, die vorerst nicht hat in Worte ausgedrückt werden können, wird zum ersten Mal eine Geschichte, mit Anfang und Ende. Vor Beginn der Geschichte herrschte ein anderes Leben, am Ende ist eine Art ›Rettung‹ oder neue Sicherheit entstanden.« (Perren-Klingler 2004, S. 11)

Noch kann Erzählen im therapeutischen Kontext nicht maschinell oder computerisiert substituiert werden. Wann übernimmt Weizenbaums Eliza die Herrschaft über den lebendigen Therapeuten?

19.5 Erzählfeste und Rappen

Wer kulturpessimistisch den Untergang von Wort, Sprache, Sprechen und Erzählen beklagt und bedauert, demonstriert damit lediglich sein getrübtes Verhältnis zur Empirie. So ist die Europäische Märchengesellschaft mit ihren zahlreichen Erzählern und ihren 2 300 Mitgliedern seit Langem die größte literarische Vereinigung in Deutschland, so gibt es einen Boom an Poetry Slams (Dichterwettstreiten) und an Hörbüchern, und Erzähl- und Vorlesefeste wie die *lit.cologne* in Köln, das *Erzähl mir was!* in Nordrhein-Westfalen, die *styriarte* in Graz oder das *fabelhaft* in Niederösterreich verzeichnen von Jahr zu Jahr steigende Besucherzahlen.

Selbst wenn man diese sozialen Phänomene als folkloristischen und zeitgeschmäcklerischen Tourismus, als Eventkultur oder apolitisch-esoterische Spielerei abtun möchte (was sie nur auf den ersten Blick sind), dann bleiben doch zwei weitere Erzählsituationen und Erzählgenres übrig, die die soziale Gegenwart maßgeblich prägen und denen nicht länger mehr ein Mangel des Akzidentiellen und Vorübergehenden anhaftet, und zwar die Telekommunikation per Handy und der Rap. Zudem sind beide Erzählmomente relativ jung und außerdem technologieinduziert.

Rap, ein musikalischer Sprechgesang, der in dieser Form etwa seit den 1970er Jahren existiert, gibt ursprünglich die coolen, jugendlichen Slangkommentare eines Discjockey beim Wechseln der Platten und beim Scratchen wieder, also beim rhythmischen Hin- und Herbewegen einer laufenden Schallplatte bei aufgelegter Nadel und damit verbunden beim rhythmischen Ein- und Ausblenden von Tönen über das Mischpult. Beim Rap geht die höchst eigenartige und gegenintentionale Nutzung modernster elektronischer Tontechnik eine intensive Verbindung mit einem rhythmischen Sprechgesang ein, dessen Plots und Inhalte meistens soziale Missstände thematisieren. Auch wenn Rap inzwischen – wie jedes andere Produkt der Kulturindustrie – kommerzialisiert worden ist und die heftigsten rassistischen und sexistischen textlichen Tabubrüche gerade von den großen Musiklabels vermarktet werden, schafft sich die anwachsende globale Barbarei stets und in steigendem Maße ihre jeweils neuen Underground-Rap-Gruppen.

In Deutschland ist an die erfolgreiche deutschtürkische Rapperin Lady Bitch Ray zu denken. Ihre berühmtesten Songs heißen *Deutsche Schwänze, Du bist krank* oder *Die Aufklärung nach Emmanuelle Cunt*. Sie sagt, »dass das, was sie macht, nicht Provokation ist, sondern Politik. Dass sie für ein ›neues weibliches Selbstbewusstsein‹ stehe. Sie nennt sich ›Bitch‹, Hure, aber will es stolz verstanden wissen: eine, die weiß, was sie will und sich das nimmt – in sexueller Hinsicht wie in jeder anderen. Eine, die sich von keinem Mann etwas sagen lässt« (Fromme 2008, S. 11). In Deutschland ist ferner an die außergewöhnliche Rapperin Fiva zu denken, deren Texte aus allen gängigen Gangster-Klischees ihrer Konkurrenten herausfallen (vgl. Fiva und Sonnenberg 2007). In Kanada entführt Buck 65 die Zuhörer seiner Textballaden in traurige Familiengeschichten, berichtet aus dem schwierigen Alltag und überrascht ab und zu mit einer Liebeserklärung. Und im drastisch verarmenden Chile ist an die Hip-Hop-Gruppe El Klan mit folgendem Lied zu erinnern:

> »Unsere Bewegung ist viel größer
> als die Klagen dieser unehrlichen Scheißkerle wahrhaben wollen.
> Wir sind bereit zu kämpfen,
> bis wir unseren eigenen Raum gewonnen
> und die Straßen breiter geworden sind.
> Revolution, Anarchie, HipHop.«
> (Hübener 2006, S. 57)

Noch ungleich größer und umfassender als die Rap-Musik ist die soziale Bedeutung der mobilen Kommunikation mittels Handy einzuschätzen: weltweit, Tag und Nacht, alt und jung, Mann und Frau, Stadt und Land, Terroristen und Antiterroristen, Säkulare und Religiöse, stetig, ohne Pause, grenzüberschreitend, in-

terkulturell und ubiquitär. Die Menschheit hat das Sprechen, Reden, Geschichten erzählen, Brabbeln, Babbeln, Schwätzen, Stöhnen, Stammeln, Stottern, Flüstern, Brüllen, Schmeicheln und das Sich-Austauschen und Informieren neu erfunden. Littérature orale erlebt ihre Renaissance und wird zu einem Dauerzustand!

19.6 Oral turn

Nur bei sehr oberflächlicher Kenntnis der Medien- und Kommunikationsforschung wird man zu einer Aussage kommen können, nach der man Medien eine Wirkung auf Rezipienten zuspricht, ohne bei einem solchen Wirkungsprozess über Menschen zu reden. Sei es im Konzept des Zweistufenflusses der Kommunikation (Paul Lazarsfeld und Bernard Berelson), der Diffusionstheorie (Everett Rogers), im Nutzen- (Elihu Katz und David Foulkes) oder im Gatekeeperansatz (David Manning White): Stets ist der erzählende, der redende Mensch die wohl wichtigste Variable im Wirkungsprozess der Medien, sei es als Filter, als Meinungsführer, als selektiv gestaltender Zuhörer oder als Kommunikationsverweigerer.

Befragt nach den sozialen Konsequenzen einer Umstellung vom Sprechen auf das Schreiben führte Platon in einem Dialog zwischen Sokrates und Phaidros eindrucksvoll aus:

> »SOKRATES: Nun also, ich habe gehört, in der Nähe von Naukratis in Ägypten sei einer von den dortigen alten Göttern gewesen, dem auch der Vogel, den man Ibis nennt, heilig war; der Gott selbst habe Theuth geheißen. Der habe als erster die Zahl und das Rechnen erfunden, auch die Geometrie und die Astronomie, ferner die Brettspiele und Würfelspiele, und schließlich auch die Buchstaben. Im weiteren habe damals König Thamus über ganz Ägypten regiert, und zwar in der großen Stadt des oberen Landes, die die Hellenen das ägyptische Theben nennen; den Gott aber heißen sie Ammon. Zu diesem sei Theuth gekommen und habe ihm seine Künste vorgeführt und gesagt, man sollte diese auch den übrigen Ägyptern mitteilen. Der König fragte, was für einen Nutzen denn jede dieser Künste bringe, und als jener es erklärte, tadelte er das eine und lobte das andere, je nachdem ihm diese Erklärung gut schien oder nicht. Zu jeder dieser Künste also habe Thamus dem Theuth manches dafür und manches dagegen eröffnet; doch würde es zu weit führen, das alles zu erzählen. Als nun aber die Reihe an den Buchstaben war, sagte Theuth: ›Diese Kenntnis, o König, wird die Ägypter weiser und ihr Gedächtnis besser machen; denn als ein Heilmittel für das Gedächtnis und für die Weisheit ist sie erfunden worden.‹ Der König erwiderte: ›Kunstvollster Theuth, der eine hat die Fähigkeit, das hervorzubringen, was zu einer Kunst gehört, der andere vermag zu beurteilen, welches Maß von Schaden oder Nutzen sie denen bringt, die sie anwenden wollen. Du, der Vater der Buchstaben, sagtest nun aus Voreingenom-

> menheit gerade das Gegenteil von dem, was sie bewirken. Denn diese Erfindung wird die Lernenden in ihrer Seele vergesslich machen, weil sie dann das Gedächtnis nicht mehr üben; denn im Vertrauen auf die Schrift suchen sie sich durch fremde Zeichen außerhalb, und nicht durch eigene Kraft in ihrem Innern zu erinnern. Also nicht ein Heilmittel für das Gedächtnis, sondern eines für das Wiedererinnern hast du erfunden. Deinen Schülern verleihst du aber nur den Schein der Weisheit, nicht die Wahrheit selbst. Sie bekommen nun vieles zu hören ohne eigentliche Belehrung und meinen nun, vielwissend geworden zu sein, während sie doch meistens unwissend sind und zudem schwierig zu behandeln, weil sie sich für weise halten, statt weise zu sein.‹ […].
>
> Denn dieses Missliche, Phaidros, hat eben die Schrift an sich und ist darin in Wahrheit der Malerei ähnlich. Auch deren Erzeugnisse stehen ja da wie lebendige Wesen; wenn du sie aber etwas fragst, dann schweigen sie sehr erhaben still. Genau so die Reden: du könntest meinen, sie verständen etwas von dem, was sie sagen. Willst du aber über das Gesagte noch etwas erfahren und stellst ihnen eine Frage, so sagen sie immer nur ein und dasselbe aus. Ist sie aber einmal geschrieben, so treibt sich eine jede Rede überall umher, bei denen, die sie verstehen, ganz ebenso wie bei denen, für die sie sich nicht ziemt, und sie weiß nicht, zu wem sie reden soll und zu wem nicht. Wird sie aber beleidigt und ungerecht geschmäht, so bedarf sie stets der Hilfe ihres Vaters. Denn allein vermag sie sich nicht zu ehren noch sich zu helfen« (Platon 1970, S. 258 ff.).

Platon führt also zwei Argumente gegen den medialen Wechsel von der Mündlichkeit zur Schriftlichkeit an: Zum einen argumentiert er, dass schriftlich Erinnertes dem Subjekt nur äußerlich bleibt, dass nur die im direkten, persönlichen Wechselgespräch erworbene Erinnerung dem Individuum angehört. Zum anderen weist Platon darauf hin, dass Schrift nicht über sich hinausweisen könne und nur im Dialog, also im Vorlesen und Erzählen, im Zuhören und Widersprechen, neue Gedanken entstehen könnten.

Eine humanistische Kommunikationsphilosophie wird an der zentralen sozialen Funktion des dialogischen Gesprächs zwischen Ich und Du (Martin Buber) und zwischen Ich und Wir (John S. Mbiti) nicht vorbeikommen. Nach dem W. J. T. Mitchell 1992 für die Philosophie mit guten Gründen einen Pictorial Turn forderte, gilt es nun auch vehement gegen das postmoderne Gerede vom *Ende der großen Erzählung* (Jean-François Lyotard) anzugehen: Der Pictorial Turn verbündet sich gerade sehr radikal mit einem Oral Turn.

Befragt nach den Aufgaben des Rundfunks gab der faschistische deutsche Propagandaminister Joseph Goebbels auf diese Frage folgende Antwort: »Der Rundfunk soll niemals an dem Wort kranken« (Goebbels 1971, S. 107). Anders und sehr abstrakt formuliert ist der Unterschied zwischen Faschismus und Demokratie der zwischen wortloser Kommunikation und Erzählen als Enttöten. Noch einmal anders formuliert: Wenn ein pädagogisches oder politisches Konzept von kommuni-

kativer Kompetenz auch nur ansatzweise Sinn haben sollte, wenn denn gängigen Vorstellungen von grammatischer, soziolinguistischer, diskursiver und strategischer Kommunikationskompetenz überhaupt ein Moment von humaner Vernunft eignet, dann müsste solchen Vorstellungen die einer erzählenden Kommunikationskompetenz als conditio sine qua non vorangestellt werden, um eine humane, eine lebensweltlich verankerte von einer instrumentellen Systemvernunft unterscheiden zu können.

Anhang

Anmerkungen

Kapitel 1: Einleitung

1 Vgl. die folgenden Titel: antimilitarismus information, Nr. 7/1999 und Nr. 8-9/2000; Beham 2000; Bittermann/Deichmann 1999; Elsässer 2000; Cremer/Lutz 1999; Dietrich 2000; Forster 2000; Goff 1999; Halimi/Vidal 2000; Hall 2001; LAG Friedenswissenschaft NRW 1999; Moritz 2001; Prokop 2000; Sennitt 2000; Thomas 2000.

2 Eine Wächteraufgabe der Massenmedien steht zwar nicht expressis verbis im deutschen Grundgesetz, sie leitet sich aber verfassungsrechtlich hieraus ab und ist herrschende Lehrmeinung unter Juristen; vgl. insbesondere die Interpretation von Art. 5 GG des ehemaligen Richters am Bundesverfassungsgericht Wolfgang Hoffmann-Riem (Kommentar zum Grundgesetz 1984, S. 471–584).

3 In Deutschland hatte damals keine wissenschaftliche Zeitschrift Interesse daran, meinen Vortrag zu veröffentlichen. Ich war umso mehr darüber erfreut, als das renommierte *Journal of Peace Research* meinen Artikel druckte. Eine Kurzfassung erschien später in deutscher Sprache in der Zeitschrift *Das Argument.* Für den damals DKP-nahen Ort dieser Zeitschrift war es bezeichnend, dass die Dimension der Rüstungstechnologie in den Vordergrund gerückt wurde, nicht jedoch die kommunikationswissenschaftliche Ebene. Vgl. dazu meine danach entstandenen Arbeiten (Becker 1982 und 1983).

4 Eine überzeugende Einführung bringen Minkwitz und Schöfbänker 2000.

Kapitel 2: Der Medienkrieg um Afghanistan

1 Vgl. ausführlich zur Rolle traditionaler Medien beim Sturz von Schah Reza Pahlawi die Arbeiten von Fathi (1977, S. 11–12; 1979, S. 102–106).

2 Alle drei zuletzt aufgeführten Zitate finden sich bei Bendrath (2001, S. 66).

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

3 Westlich ist hier in einem doppelten Sinne gemeint: Im traditionellen, innerrussischen Streit zwischen »Westlern« und »russischen Slawophilen« ist Putin sicherlich ein »Westler«. Und: Aus muslimischer Perspektive gehört das (christliche) Russland zum Westen.

4 Paradigmatisch für solche antiislamischen Feindbilder in der deutschen Presse steht der Artikel von Kremp (2001). Ein Vergleich dieses Artikels mit Kremps zahlreichen prononciert antikommunistischen Artikeln aus den sechziger und siebziger Jahren würde wahrscheinlich eine sprachliche und ideologische Austauschbarkeit seiner Konstrukte Kommunismus und Islam zeigen.

5 Gleichermaßen Kritik an Heitmeyer übt Pinn (1998). Feindbilder sind ihrer Natur nach zwanghaft und rigide, ihre Träger sind lernresistent. Bei Wilhelm Heitmeyer wird das erschreckend deutlich in einem langen Interview mit ihm unter dem Titel »Das ist eine halbierte Aufklärung« (2001). Gehen hier bei ihm einerseits die Begriffe Islam und Gewalt eine unzertrennliche Mischung ein, seien Muslime also inhärent und essenziell gewaltbereit, so seien andererseits deren Distanzierung von Gewalt und eine Politik der Offenen Moschee am 3. November 2001 nur Verschleierungen. Was immer also Muslime tun: Heitmeyer lässt ihnen keine Chance, seine eigene Gewaltkonstruktion zu verlassen. Zwei populären Irrtümern von Heitmeyer in diesem Interview soll hier kurz begegnet werden. Zum einen wiederholt er die oft gemachte Behauptung, im Islam habe es keine Aufklärung gegeben, zum anderen charakterisiert er die religiöse türkische Gemeinschaft Milli Görüş als gewaltbereit. Über beide Themen spricht Heitmeyer ganz offensichtlich nur als schlecht informierter Bürger, nicht als Wissenschaftler. Das Thema »Islam und Aufklärung« wird brillant und differenziert als Schwerpunktthema der Zeitschrift *Die Welt des Islam* (Bd. 36, Nr. 3/1996) abgehandelt; die einzig gute Arbeit über die Gruppe um den »Kalifen« Metin Kaplan und die Gemeinschaft Milli Görüş legte der Ethnologe Werner Schiffauer unter dem Titel *Die Gottesmänner* vor. Schiffauer zeichnet hier überzeugend nach, wie sich Milli Görüş in den letzten Dekaden verändert hat, dass die Moderne auf diese Gruppe stärker zurückwirkt als diese auf die Moderne.

6 Vier Jahre zuvor wusste es Heitmeyer noch ganz anders. Da hieß es bei ihm in einem Zeitungsinterview vom 9. April 1997 in der *tageszeitung:* »Dass es ein ›Feindbild Islam‹ gibt, ist völlig unbestritten«. Wie denn nun?

7 Selbstverständlich gibt es antiislamische Feindbildkonstruktionen auch bei der Linken. Exemplarisch dafür mag die Zeitschrift *Bahamas* stehen, ein Periodikum aus dem Umfeld des früheren Kommunistischen Bundes (KB). So fordert z. B. ein Leitartikel der Redaktion dieser Zeitschrift nach dem Anschlag vom 11. September 2001 US-Militärschläge gegen Afghanistan und andere Ziele »so konsequent wie möglich«. Denn: »Die Beseitigung islamischer Herrschaft würde die Bevölkerung dieser Länder dem muslimischen Götzendienst entreißen, um sie, mit allen brutalen Konsequenzen dem kapitalistischen Warenfetisch direkt zu unterwerfen.« Und weiter heißt es in die-

sem Artikel: »Das Lob von Dummheit und Armut, das der Islam als Ideologie Archaischer Gesellschaften des einfachen Tauschs singt, ist auch die Melodie des deutschen Gemüts. […] Der Islam ist Heidegger für Analphabeten. Das Sein zum Tode ist der Djihad. […] Die Islamisierung ist in Wirklichkeit die Befreiung von jeder Möglichkeit der Befreiung.« Der Islam ist eine »moderne Form von Elendsverwaltung«, eine »finstere und mörderische Kehrseite der westlichen Zivilisation« (Bahamas-Redaktion 2001, S. 31).

8 Siehe in diesem Zusammenhang auch den Beitrag von Giesen (2002, S. 134–141).

9 Für den Kosovo-Krieg hat das *Handelsblatt* solche TV-Zuschauerbewegungen gut dokumentiert (vgl. N. N. 1999, S. 43).

10 Unter der Überschrift »Gesegnete Schläge« brachte die *tageszeitung* eine weitere Originalerklärung von Bin Laden am 28. Dezember 2001, S. 2.

11 Vgl. zu den völkerrechtlichen Bedenken Winter (2001, S. 4) und Rath (2001, S. 4).

Kapitel 3: Die Vermarktung der ex-jugoslawischen Kriege durch US-amerikanische PR-Agenturen

1 Zur Geschichte der deutsch-serbischen Beziehungen vgl. Karadžić (1980); Konstantinović (1997); Konstantinović et al. (2003).

2 Die beiden abgebildeten Zeichnungen aus der satirischen Wochenzeitschrift *Simplicissimus* von 1909 sind Teil eines zweiseitigen Bilderbogens mit insgesamt zwölf pejorativen Bildern zum Thema »Sitten und Gebräuche der Serben«. Auf der vorherigen Seite gibt es einen einseitigen Bilderbogen mit sechs ebenfalls pejorativen Bildern zum Thema »Einiges über Montenegro«. Diese insgesamt achtzehn Bilder stammen von Thomas Theodor Heine (1867–1948), einem der Gründer von *Simplicissimus*. Die Zeitschrift vereinigte unter ihrem Dach die damals wichtigsten deutschen Literaten und Künstler. Sie galt als die wichtigste oppositionelle Stimme gegen Militarismus, bürgerliche Doppelmoral und den repressiven wilhelminischen, preußischen Staat. Allerdings war sie nicht frei von übelstem deutschen Nationalismus – wie gerade diese antiserbischen Bilder von Heine zeigen.

3 Vgl. dazu Dieter (2003, S. 53–66). Gewiss: Tote lassen sich niemals gegeneinander aufrechnen! Doch rechtfertigt dieses richtige Argument nicht die selektive Wahrnehmung der Medien. Und so kann die serbische Seite mit Recht beklagen, dass so gut wie gar nicht über ihre Opfer in der Region Srebrenica gesprochen wird, Opfer, die zumeist 1993, also vor dem Fall von Srebrenica im Sommer 1995, getötet wurden. Aufgrund der Recherchen von vier serbischen Verbänden (War Veteran Organization of Republic of Srpska, Alliance of Concentration Camp Prisoners of Republic of Srpska, Association of Families of War Victims und Centre for Research of War Crimes upon Serbian People) veröffentlichte die serbische Tageszeitung *Vecernje novosti* im Juni

2005 eine Namensliste von 3 287 serbischen Opfern. Das 2009 erschienene Buch von Alexander Dorin (2009) ist wissenschaftlich deswegen so schwierig zu beurteilen, weil sein Autor unter Pseudonym schreibt, was im Gegensatz zu einer selbstverständlichen Transparenzethik von Wissenschaft steht.

4 Vgl. dazu zahlreiche Belege in *Pogrom. Zeitschrift der Gesellschaft für Leben und Zukunft bedrohter Völker,* Nr. 4-5/1970 und in Zülch (1968, S. 9–16). Seinen Satz, dass der Biafra-Krieg »der größte Völkermord seit der Vernichtung der Juden« (S. 16) gewesen sei, sollte er später bezogen auf den Bosnienkrieg wiederholen.

5 Vgl. dazu die exzellente Dissertation von Zieser (1970).

6 Auch von serbischer Seite aus wurden US-amerikanische PR-Agenturen mit der Verbesserung des eigenen Images beauftragt. Doch war der Umfang solcher Aktivitäten vergleichsweise klein und es gab sehr heterogene Auftraggeber.

7 Weder für den Bosnienkrieg 1992–1995 noch für alle Kriege in Ex-Jugoslawien liegen glaubwürdige Opferzahlen vor. Insgesamt sollen 200 000 Menschen getötet, rund 2,7 Millionen Menschen innerhalb ihres Landes und rund 3,8 Millionen Menschen vor dem Krieg aus Kroatien und Bosnien vertrieben worden sein. Vgl. dazu http://www.sozialwiss.uni hamburg.de/publish/Ipw/Akuf/kriege/211_bosnien.htm; letzter Abruf am 5. September 2007.

8 Selbstverständlich gibt es auf serbischer Seite ernste und kritische Versuche, sich mit der verbrecherischen Seite der jüngsten ex-jugoslawischen Kriege auseinanderzusetzen. Vgl. dazu exemplarisch Bremer et al. (1998).

9 Selbstverständlich ist sich der Verfasser der Kontroversen um gerade diese Novelle und um ihre innerjugoslawische politische Instrumentalisierung bewusst. Doch: Ivo Andrić stand stets jenseits irgendeines Nationalismus und wandte sich immer gegen ethnische Eindeutigkeiten und Homogenisierungen. Alles andere als zufällig hat der bosnische Schriftsteller Dževad Karahasan in seinem jüngsten Roman *Berichte aus einer dunklen Welt* (2007), in dem er sich mit dem jüngsten Bosnienkrieg auseinandersetzt, Versatzstücke aus Andrićs Novelle *Brief aus dem Jahre 1920* in seine Texte einmontiert (vgl. Kraft 2000, S. 65; Mappes-Niediek 2003).

Kapitel 4: »Europa kann Nein zu Amerika sagen«

1 Beiden türkischen Zeitungen sei an dieser Stelle herzlich für die kostenlose Überlassung aller von uns für diese Analyse benötigten Zeitungsausgaben gedankt. Der Verfasser bedankt sich auch für die Mitarbeit von Seref Ates, Richard Brunhart, Hüseyin Cicek, Thomas Oberhofer, Arzu Onay-Ok und Gülsel Taskara.

2 Zur Gülen-Bewegung gibt es inzwischen eine ausgezeichnete Dissertation in deutscher Sprache (vgl. dazu Bekim 2004).

3 Für die Zeitung *Zaman* konnten die Ausgaben vom 5., 6. und 7. Februar (1. Periode) und vom 14., 15. und 16. Februar 2003 (3. Periode) nicht mit in die Analyse einbezogen werden, da sie beim Verlag nicht mehr vorrätig waren.
4 Dass Kurden als Akteure im Irakkrieg eine nur sehr geringe Beachtung finden, ist insofern und durchaus bemerkenswert, als sie im medialen Kontext von Deutschland durchaus präsent sind, allerdings meist im innenpolitischen Kontext und dann überwiegend in kriminalisierter und diskriminatorischer Perspektive (Brosius/Scheufele 2001). Medienbilder kennen eben keinerlei realitätsadäquate Konsistenz, es sei denn die der Inkonsistenz, also die einer eigenen Konstruktion.
5 In dieser von der *International Herald Tribune* präsentierten weltweiten Befragung des renommierten Pew Research Center sank das positive Image der USA innerhalb von einem Jahr in Deutschland um 17 Prozentpunkte von 78 auf 61 Prozent, in der Türkei sogar um 22 Prozentpunkte von 52 auf nur noch 30 Prozent.

Kapitel 5: Die Berichterstattung über die Tibetkrise und die chinesische Olympiade

1 Der Verfasser dankt seinen Marburger und Innsbrucker Studentinnen und Studenten Steffen Arora, Carmen Döring, Lorenz Götsch, Martin Hartlieb, Sabrina Hofer, Konrad Lais, Nikolaus Noll, Tobias Schwarz und Nedeljko Vuckovic für sehr zeitaufwendige und arbeitsintensive Recherchen über die intransparente Welt US-amerikanischer Stiftungen und internationaler PR-Agenturen. Ohne ihre Vorarbeiten hätte diese Analyse nicht geschrieben werden können.
2 Die Berichterstattung der chinesischen Zeitungen über die Unruhen in Tibet waren übrigens sehr viel differenzierter, als es das allgemeine antikommunistische Vorurteil wahrhaben will. Wie der Sinologe Christian Oberlander in seiner BA-Arbeit über die Darstellung der Unruhen in Lhasa in den chinesischen Zeitungen *Renmin Ribao, Nanfang Dushi Ba* und *Wen Wei Po* en détail zeigt, berichteten diese Zeitungen recht unterschiedlich über die Unruhen in Tibet. Abschließend heißt es bei ihm (2008), dass »zeitlich unmittelbar nach den Ereignissen ein relativ großes Maß an redaktioneller Freiheit herrschte« (S. 27) und »dass die Sicht des Westens auf die chinesischen Medien überdacht werden müsse« (S. 28): »So existieren Pluralismus und Kontrolle, Freiräume und Zensur gleichzeitig nebeneinander« (S. 28). Dieser Satz aber gilt auch für das deutsche Mediensystem. Auch hier agieren Pluralismus, Kontrolle, Freiräume, Selbstzensur und strukturelle Zensur gleichzeitig nebeneinander.

Kapitel 8: Ernst Friedrich und seine Schockfotos aus dem Ersten Weltkrieg

1 Der Serienmörder Fritz Haarmann (1879–1925) war wegen der Ermordung von 24 Jungen 1924 zum Tode verurteilt worden. Sein Fall stieß in den zwanziger Jahren auf ein immens großes Interesse in der Öffentlichkeit. Vgl. http://de.wikipedia.org/wiki/Fritz_Haarmann; letzter Abruf am 13. Mai 2013.

2 Über diese Edition berichtete der Historiker Gerd Krumeich dem Verfasser, dass kurz nach der Veröffentlichung der neuen Edition des Friedrich-Buches der Verlag DVA von Random House, einem Tochterunternehmen des Dienstleistungskonzerns Bertelsmann, gekauft worden und dass das Buch nur kurz darauf »vom Markt genommen« worden sei, obwohl noch 600 Exemplare vorhanden waren. Einen Teil davon habe er noch aufkaufen können, der Rest sei geschreddert worden. Dieser Akt der Zerstörung durch den modernen Buchkapitalismus drückt dem Buch von Ernst Friedrich ein weiteres Mal den Wahrheitsstempel auf.

3 Dieser Hinweis stammt von Prokop (2001, S. 269).

4 Um den Anmerkungsapparat nicht unnötig aufzublähen, sei hier nur summarisch auf wichtige Arbeiten zum Thema Medien im Ersten Weltkrieg hingewiesen: Zeitgenössisch, und dennoch kritisch, gilt es zunächst auf die Arbeiten des Kunstkritikers Ferdinand Avenarius zu verweisen: Avenarius (1918, 1922); vgl. auch Schulz-Besser (1915) und, obwohl nicht mehr kritisch, aber recht materialreich Schulte-Strathaus (1938). Gegenwärtig sind folgende Werke einschlägig: Brocks (2008), Bürgschwentner (2010, S. 281–316), Flemming und Heinrich (2004), Hamann (2008), Holzer (2012), Krumeich (1994, S. 117–132), Jobst-Rieder et al. (1995), Lindner-Wirsching (2006, S. 113–140), Petzold (2012) sowie Spilker und Ulrich (1998).

Kapitel 9: Das Bild der Folter in österreichischen Zeitungen

1 Der Verfasser dankt an dieser Stelle herzlich seiner Studentin Mag. Barbara Leutgeb aus Innsbruck für die erfolgreiche und kooperative Zusammenarbeit bei der elektronischen Inhaltsanalyse.

2 Hier sei auf den Arzt und Psychiater Frantz Fanon verwiesen, der genau diese Beziehung in seinem Klassiker »Die Verdammten dieser Erde« (1969) thematisiert hat.

3 Im Folgenden erscheinen wörtliche Zitate aus den untersuchten Zeitungen in Anführungszeichen der Einfachheit halber aber ohne exakte Fundstelle.

4 Innerhalb der letzten Jahre hat der deutsche Jurist Günther Jakobs ein sogenanntes Feindstrafrecht entwickelt. Dieses totalitäre Rechtskonzept sieht ungleiche Rechtsmittel für »Freund« und »Feind« vor und setzt als Präventivrecht wesentliche Bestandteile von Rechtsstaatlichkeit außer Kraft. Kritisch dazu Sack (2007, S. 5–26) und Albrecht (2007, S. 27–43). Das Rechtsverständnis eines Günther Jakobs korrespon-

diert mit der erstaunlichen Renaissance der Rechtsphilosophie von Carl Schmitt und dessen Freund-Feind-Denken. In den USA äußert sich die Auseinandersetzung um eine Vorverlagerung von Recht in einen vorrechtlichen Raum in umstrittenen juristischen Begriffen wie Präemption versus Prävention oder feindliche Kämpfer versus ungesetzliche feindliche Kämpfer.

5 Mit diesem einen Menschen zutiefst entwürdigenden Motiv steht die US-amerikanische Soldatin Lynndie England, sicher unbewusst, in der Tradition des deutschen Faschismus. Als die SS im Frühjahr 1933 den preußischen SPD-Landtagsabgeordneten Ernst Heilmann in das KZ Börgermoor verschleppte, wurde ihm »eine Kette um den Hals gelegt und er wurde gezwungen, wie ein Hund auf Händen und Füßen zu laufen und gleichzeitig zu bellen.« Zit. nach Kosthorst (1995, S. 16); vgl. auch Langhoff (1973, S. 239 f.).

Kapitel 10: Die Informationsrevolution frisst ihre eigenen Kinder

1 Als Klassiker für diese Argumentation gilt es an dieser Stelle nachdrücklich auf Habermas (1961) zu verweisen, auf der Gültigkeit seiner epochalen Analyse zu beharren. Im engeren Fachgebiet der Kommunikationswissenschaft war es der Staatswissenschaftler Karl Bücher, der eine ähnliche Argumentationslinie entworfen hatte (vgl. Bücher 1906).

2 Vgl. Deleuze 1993, S. 254 ff. Die Übernahme der beiden Termini Disziplinar- und Kontrollgesellschaft impliziert seitens des Verfassers natürlich keine Übernahme der gesamten neueren französischen Theorie der Postmoderne. Was die Kritische Theorie wohl äußere und innere Abhängigkeit und was David Riesman innen- und außengeleitet genannt hätte, bringen diese beiden Begriffe von Foucault und Deleuze aber sprachlich und theoretisch sehr fein auf den entscheidenden Punkt.

3 Während die Sowjetunion ein unbemanntes US-amerikanisches Aufklärungsflugzeug über ihrem Territorium abschießt, ihr der erste bemannte Weltraumflug gelingt und die USA Kuba erfolgreich dazu zwingen, sowjetische Raketenbasen abzubauen, während der deutsche Bundeskanzler Konrad Adenauer darauf dringt, dass die Bundeswehr mit Atomwaffen ausgerüstet werden müsse, während also der moderne Krieg überall mit Hightech gleichgesetzt wird, erscheint 1961 in Frankreich das Buch *La Guerre moderne* von Roger Trinquier. Was dessen Autor damals modern nennt und was wir heute postmodern nennen würden, ist eine Anleitung für antisubversive Kriegsführung. Hier beschreibt ein französischer General – mit Erfahrungen aus den französischen Kriegen in Indochina und Algerien –, dass die moderne Kriegsführung nichts mit Hightech zu tun hat, wohl aber mit Folter, Erpressung, Repression gegen die Zivilbevölkerung, Standrecht, Todesschwadronen oder dem systematischen Verschwindenlassen von Menschen.

4 Die »Ungleichzeitigkeit der Gleichzeitigkeit« wurde als »strukturelle Heterogenität« in den 1960er und 1970er Jahren von den europäischen Übersetzern der lateinamerikanischen Dependenztheoretiker quasi als neues Theorem entdeckt. Es ist der ökonomistischen Blickverengung der Dependenztheoretiker geschuldet, dass sie nicht sehen konnten, dass genau dieses Theorem der »Ungleichzeitigkeit der Gleichzeitigkeit« als entscheidendes ästhetisches Charakteristikum der Moderne bereits 1926 durch Wilhelm Pinder in seinem Buch *Das Problem der Generation in der Kunstgeschichte Europas* beschrieben wurde.

5 Innovative und neue Blicke bieten hier Holzer (2003), Paul (2005) sowie Knieper und Müller (2005).

6 Spannend am griechischen Beispiel ist die Tatsache, dass der Wechsel von militärischer zu ziviler Kontrolle über das nationale Fernsehen Griechenlands nicht parallel zum politischen Wechsel Faschismus/Demokratie verlief, also nicht nach dem Ende der griechischen Militärdiktatur 1974 stattfand, sondern eben erst acht Jahre später. Als spannend gilt es außerdem festzuhalten, dass Griechenland sein staatliches Militärfernsehen auch noch nach seinem Beitritt zur EU am 1. Januar 1981 ein ganzes Jahr lang beibehalten konnte und durfte. Der Kontrollwechsel 1982 geschah dann auf Veranlassung der sozialistischen PASOK-Partei. Formaljuristisch war dieser Wechsel von 1982 der vom militärischen zum zivilen Sektor, da die früheren militärischen TV-Sender ET1, NET und ET3 nun zusammengefasst als TV-Kanal ERT 2 einer staatlich-zivilen Aufsicht unterstellt wurden. Inhaltlich war es aber ein Wechsel vom militärischen zum kommerziellen Sektor (allerdings in seiner weichen Variante einer Gemischtfinanzierung von öffentlichen Gebühren plus privatwirtschaftlichen Werbeeinnahmen). Es ist genau dieser Sprung vom militärischen in den kommerziellen Sektor, der sich nach dem Ende des Ost-West-Konflikts auch in einigen Fernsehsystemen der Entwicklungsländer vollzog und der selbstverständlich unabhängig davon ist, ob die formaljuristische Kontrolle nach dem Wechsel staatlicher, öffentlich-rechtlicher, kommunaler oder regionaler Natur ist.

7 Auch und gerade retrospektiv erweist sich Technikdeterminismus oft genug als empirischer Schwindel. So prognostizierte 1956 ein renommierter US-Wissenschaftler, dass es schon 1961 die ersten funktions- und marktfähigen Übersetzungscomputer geben würde (vgl. Locke 1956).

8 Vgl. ausführlich zur Videoüberwachung K. u. u. g. e. l. (2003).

9 Freilich muss hier auch festgehalten werden, dass Chomskys sprachliche Formeln weitaus besser sind als seine grob-marxistische und doch recht mechanistische Theorie politischer Kommunikationsprozesse (vgl. Chomsky 1996, 2002).

10 Vgl. die folgenden Werke: Ramonet (1999), Leidinger (2003), Pilger (2004), Thomas und Nain (2004) und Becker (2005).

11 Vgl. als älteren Titel Chakravarthi (1990) und als jüngeren Smiers (2003).

12 Zunächst einmal sei hier auf einen »klassischen« frühen Forschungsbericht aus dem Bereich der Vorurteilsforschung verwiesen (vgl. de Sola Pool 1965). Ferner sei auf folgende Arbeiten hingewiesen: Popitz (1968), Moore und Tumin (1949), Schneider (1962) und Dörner (1989, S. 144 ff.).

Kapitel 11: Angriffe auf Mediengebäude als Kriegsverbrechen

1 Der Verfasser bedankt sich für die Mitarbeit bei seinen beiden Studenten Martin Hartlieb und Bernadette Linder.

Kapitel 12: NGOs im Geflecht von Kriegspropaganda

1 Weitere Informationen zur PR-Agentur Hill + Knowlton und zu ihren Verbindungen mit der US-amerikanischen Politik finden sich u. a. bei Trento (1992).
2 Indikativ und eine zentrale ideologische Quelle für den gerade für die sogenannten Transitionsländer in Osteuropa dauernd postulierten Zusammenhang zwischen Internet und Demokratie und die wichtige Rolle, die in diesem Zusammenhang gerade den NGOs zukomme, ist eine Studie der Soros-Stiftung (vgl. Open Society Institute 2001).
3 Das vierte Teilsystem aus Abbildung 12.1, die Unternehmen, taucht in Tabelle 12.1 deswegen nicht auf, weil es oft bereits in den privatwirtschaftlichen Strukturen des Teilsystems Medien enthalten ist.
4 Das Internetportal »SEE Online« (www.southeasteurope.org) gibt einen ersten guten Überblick über NGOs in Südosteuropa. Es bietet auch eine NGO-Datenbank von NGOs in Ex-Jugoslawien an.
5 Die fehlende Evaluierung solcher von der öffentlichen Hand an NGOs vergebenen Medienprojekte scheint System zu haben. Im Zusammenhang mit seinem von der Deutschen Stiftung Friedensforschung (DSF) von 2002 bis 2004 geförderten Projekt *Die Informationskriege um den Balkan seit 1991* erbat der Verfasser Ende 2002 vom Deutschen Außenministerium (AA) (Referat 602 – Medien und Kulturprogramme) eine komplette Übersicht über die von Deutschland organisierten Projekte zur Medienförderung auf dem Balkan (Tisch 1 im Balkanstabilitätspakt). Weder erhielt der Verfasser diese Gesamtübersicht noch konnte oder wollte man ihm eine Konzeptionsstudie für alle diese Projekte geben. Befragt nach Evaluierungen dieser Projekte in immerhin jährlicher Höhe von rund 3 Millionen Euro, antwortete man dem Verfasser, dass es Projektevaluierungen nicht gebe, dass auch der Bundesrechnungshof ein solches Fehlen schon bemängelt habe und fragte, ob nicht der Verfasser selbst eine solche Evaluierung für das AA übernehmen könne. Ende 2003 wurden schließlich

einige dieser deutschen Projekte von Tisch 1 von einem externen Gutachter evaluiert. Allerdings verweigerte man dem Verfasser auf erneute Nachfrage einen Einblick in dessen Gutachten. Zum Vergleich: Als Evaluator von Medienprojekten einer deutschen politischen Stiftung kam der Verfasser 1985 zu dem Ergebnis, dass nur 15 Prozent aller untersuchten Projekte die selbst angestrebten Ziele erreicht hatten. Eine (hausinterne) Evaluation aller Medienprojekte der UNHCR, die gerade bei Praktikern eine sehr gute Reputation für effektive und zugleich sozial und kulturell sensible Projekte hat, ergab für deren Projekte zwischen 1981 und 1986 eine Erfolgsrate von rund 50 Prozent.

Kapitel 15: »Der Bart muss ab!«

1 Und ein »Schneider mit der Scher'« begegnet uns schon im *Struwwelpeter* (1845) des Heinrich Hoffmann (1809–1894) als »kastrierender« Bösewicht, und es ist wohl nicht zufällig, dass der österreichische Karikaturist Jean Veenenbos in seinen Karikaturen häufig das Bildmotiv einer Schere benutzt, die einen Gegenstand gewaltsam durchschneidet (vgl. z. B. http://www.courrierinternational.com/Dessin/2002/02/05.asp; letzter Abruf am 26. Februar 2003).

2 Wolf Lepenies (2010, S. 23) erinnert an dieses Kapitel mit einem Artikel in der *Welt*.

3 Im August 1926 hatte sich Kemal Atatürk zwar gegen die Verschleierung der Frau ausgesprochen, hatte daraus aber keine gesetzliche Vorschrift gemacht. Ein Jahr zuvor war allerdings ein Gesetz in Kraft getreten, nach dem männliche Beamte einen Hut tragen mussten und ihnen der Fes verboten wurde. Im Iran wurde der Schleier 1936 per Gesetz verboten.

4 Aus der Vielzahl feministischer Arbeiten, die sich höchst differenziert zum islamischen Kopftuch äußern, sei hier auf nur drei verwiesen: Göle (1995), Thurner (2010) und Najemnik (2013).

Kapitel 16: Der Missbrauch von Frauen in der Kriegsbildberichterstattung

1 Die weltweit und historisch einmalige Tatsache, dass Frauen eine Schrift erfunden haben, hat der Verfasser in folgendem Text abgehandelt: Beim Schreiben rinnt die Tränenflut (Becker 2006, S. 56).

2 Im Filmbeitrag *Unvollständige Berichte aus Syrien* im medienkritischen Magazin *ZAPP* des TV-Programms des Norddeutschen Rundfunks vom 29. März 2012 kritisierte der Journalist Marcel Mettelsiefen scharf die einseitige Syrienberichterstattung des deutschen Fernsehens. Der von mir in einem Brief vom 14. März 2012 angeschriebene

Zweite *ARD*-Chefredakteur Thomas Hinrichs kann die *ARD*-Berichterstattung über Syrien in Mettelsiefens Film nur mit mehreren Sprachschwierigkeiten rechtfertigen. Vgl. dazu http://www.youtube.com/watch?v=zXX7ZSbz6So; letzter Abruf am 21. Oktober 2012.

Kapitel 17: Der weltweite TV-Markt: Ende des US-Medienimperialismus?

1 Wie schon im Vorwort angemerkt: Sie ist deswegen falsch, weil ein genauer Vergleich zwischen Umfragedaten und Inhaltsanalysen von auf Vietnam bezogenen TV-Programmen zeigt, dass die US-amerikanische Bevölkerung viel kriegsskeptischer und kriegsmüder war als die TV-Programme. Mit anderen Worten: Die TV-Programme hinkten eher hinter dem Bewusstsein der Zuschauer hinterher, als dass sie es geformt hätten (vgl. dazu Hallin 1989).
2 Die genaue Quelle dieses Zitats ist nicht mehr rekonstruierbar.
3 Diese Feststellungen und Schlussfolgerungen stehen unter dem methodischen Vorbehalt von Abschnitt 17.1.
4 Vgl. die folgenden Berichte: Becker 1991 (S. 247–265), 1993 (S. 349–366), 1994 (S. 5–17), 1995 (S. 445–467) und 1997 (S. 379–397).

Kapitel 18: Der Beitrag der Medien zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung

1 Der Bericht stammt aus dem Jahr 2001.
2 Zusammen mit der Bundesanstalt für Arbeit unterhält die GTZ die Arbeitsgemeinschaft Centrum für internationale Migration und Entwicklung (CIM). In Kooperation mit der Universität von Witwatersrand in Johannesburg finanzierte das CIM einen zweijährigen Aufenthalt des WDR-Journalisten Friedrich W. Zimmermann, der dort einen neuen lokalen Radiosender aufbauen helfen sollte. Ganz vorrangig sollte es diesem Sender darum gehen, Spannungen zwischen Angehörigen verschiedener ethnischer Gruppen abzubauen.
3 Dass mehr Berichte über Erfolge als über Misserfolge vorliegen, hat nichts mit einem generellen Erfolg solcher Medienprojekte zu tun, eher damit, dass es ungemein schwierig ist, Berichte über Misserfolge zu erhalten und sie dann auch noch öffentlich machen zu dürfen. Liest man eine Evaluation sämtlicher Medienprojekte der UNHCR zwischen 1991 und 1998 richtig, dann überwiegt die Zahl der erfolglosen Projekte. Weitere methodische Probleme tauchen deswegen auf, weil es bei den meisten dieser Medienprojekte durch NGOs oder UN-Behörden weder valide Planungsstudien noch valide Evaluationen gibt und weil es sich bei dem Erfolg/Misserfolg vie-

ler Medienprojekte um soziale Prozesse handelt, die sich der Quantifizierbarkeit herkömmlicher betriebswirtschaftlicher Evaluationsmethoden entziehen.

Kapitel 19: Erzählen als Enttöten: Friedensforschung als Erzählforschung

1 Dem Verfasser ist bewusst, dass André Jolles frühes NSDAP-Mitglied und aktiver Nazi war. In der positiven Übernahme seines Begriffs von der einfachen Form mag die ideologische Gefahr stecken, sich wie der Nationalsozialismus bejahend, aber rückwärtsgewandt und romantisierend, auf Stufen einer vorindustriellen Gesellschaft zu begeben. Was aber 1930 rückwärtsgewandt gewesen sein mag, muss gegenwärtig und im Zeitalter eines Turbokapitalismus nicht mehr denselben Charakter haben.
2 Vgl. das Stichwort »Linde« im Grimmschen Wörterbuch.

Veröffentlichungen von Jörg Becker über Krieg und Medien

01. (Ko-Autor) Feindbilder in Regierungserklärungen und Bundestagsdebatten, in: Friedensanalysen. Vierteljahresschrift für Erziehung, Politik und Wissenschaft, Nr. 1/1975, S. 63–86.
Englische Fassung unter dem Titel: Enemy Images in Formal Government Statements and Parliament Speeches in the Federal Republic of Germany, in: Current Research on Peace and Violence (Tampere/Finnland), Nr. 2/1978, S. 61–76.

02. (Ko-Autor) Außenpolitisch relevante Feindbilder in der Bundesrepublik 1950–1970. Eine empirische Untersuchung von Regierungserklärungen im deutschen Bundestag, Schulgeschichtsbüchern und Umfragedaten. 9 Bände, Frankfurt: Hessische Stiftung Friedens- und Konfliktforschung 1976.

03. (Mitherausgeber): Masken des Krieges. Ein Lesebuch. 2. völlig neu bearb. und erw. Aufl., Baden-Baden: Signal 1979.

04. Communication and Peace. The Empirical and Theoretical Relation Between Two Categories in Social Sciences, in: Journal of Peace Research (Oslo/Norwegen), 3/1982, S. 227–240.
Gekürzte deutsche Fassung unter dem Titel: Kommunikationstechnologie und Rüstung. Über den empirisch-theoretischen Zusammenhang zweier sozialwissenschaftlicher Kategorien, in: Das Argument, 140/1983, S. 562–570.
Katalanische Langfassung unter dem Titel: Comunicación y paz. Las relaciones empíricas y teóricas entre dos categorías de las ciencias sociales, in: Anàlisi. Quaderns de Comunicació i Cultura (Barcelona/Spanien), 10–11/1987, S. 163–182.
Erw. deutsche Fassung unter dem Titel: Die unfriedlichen Strukturen, in: Fritz Michael (Hrsg.): Die tägliche Mobilmachung oder: Die unfriedlichen Strukturen der Massenmedien, Göttingen: Steidl Verlag 1984, S. 96–113.

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

05. Methodological Problems of Dealing with Disarmament in the Press, in: Current Research on Peace and Violence (Tampere/Finnland), 1/1983, S. 29–51.

06. Literatur zum Themenschwerpunkt »Medien und Krieg«, in: Vierteljahresschrift für Sicherheit und Frieden, 3/2000, S. 258–263.
Erweiterte Fassung unter dem Titel: Bibliographie zum Thema »Krieg und Medien«, in: Albrecht, Ulrich und Becker, Jörg (Hrsg.): Medien zwischen Krieg und Frieden, Baden-Baden: Nomos 2002, S. 267–279.

07. (unter dem Pseudonym U Kyi Win): Die Militärregierung hat das Fernsehen in Birma staatlich organisiert. Die Zensurbehörde hat die inhaltliche Gestaltung fest im Griff. Fernsehprogramm im Zeichen des Militärs, in: Horizont, 20. Juli 2000, S. 50–51.

08. Der Beitrag der Medien zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung. Eine Analyse der internationalen Diskussion und Implementierungsmöglichkeiten mit Empfehlungen für die Technische Zusammenarbeit, Eschborn: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit 2002.
Gekürzter Nachdruck unter dem Titel: Der Beitrag der Medien zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung, Bonn: Arbeitsstelle Friedensforschung 2003 (= AFB-Texte 1/2003).
Englische Langfassung unter dem Titel: Contributions by the Media to Crisis Prevention and Conflict Settlement, in: conflict & communication online. Vol. 3, No. 1-2/2004, S. 1–17 (= www.cco.regener-online.de).

09. Medien im Krieg, in: Österreichische Militärische Zeitschrift, Nr. 5/2001, S. 575–580.
Nachdruck unter dem gleichen Titel in: Albrecht, Ulrich und Becker, Jörg (Hrsg.): Medien zwischen Krieg und Frieden, Baden-Baden: Nomos 2002, S. 13–26.

10. (Mitherausgeber): Medien zwischen Krieg und Frieden, Baden-Baden: Nomos Verlag 2002.

11. Einleitung, in: Albrecht, Ulrich und Becker, Jörg (Hrsg.): Medien zwischen Krieg und Frieden, Baden-Baden: Nomos 2002, S. 9–11.

12. Afghanistan: Der Krieg und die Medien, in: Albrecht, Ulrich und Becker, Jörg (Hrsg.): Medien zwischen Krieg und Frieden, Baden-Baden: Nomos 2002, S. 139–172.
Nachdruck in: MedienJournal (Salzburg/Österreich), Nr. 2/2003, S. 16–26.

Gekürzter Nachdruck in: Fuchs, Christian und Hofkirchner, Wolfgang (Hrsg.): Studienbuch Informatik und Gesellschaft, Norderstedt: Books on Demand 2003, S. 59–66.
Erweiterte Fassung in Spanisch unter dem Titel: La guerra de la información en Afghanistan, in: Telos. Cuadernos de Comunicación, Tecnología y Sociedad (Madrid), Nr. 56/2003, S. 30–55.
Englische Fassung unter dem Titel: Afghanistan: The War and the Media, in: Nohrstedt, Stig A. und Ottosen, Rune (Hrsg.): U. S. and the Others. Global Media Images on »The War on Terror«, Göteborg: NORDICOM 2004.

13. Asiatisierung und Militärfernsehen. Die Massenmedien in Thailand, in: Becker, Jörg und Luger, Kurt (Hrsg.): Flimmerndes Asien. Die Fernsehentwicklung eines Kontinents im Aufbruch, Wien: Österreichischer Kunst- und Kulturverlag 2002, S. 162–173.

14. The Media, Terrorism and a Culture of Peace, in: Outlook (Beirut, Libanon), 26. November 2002, S. 3.

15. Der Bart muss ab! Die männliche Geschlechterlogik in der Orient-Berichterstattung, in: Zenith. Zeitschrift für den Orient, Nr. 3/2003, S. 20–23.
Erweiterte Langfassung unter dem Titel: »Der Bart muss ab!« Zur männlichen Geschlechterlogik in der Afghanistan-Berichterstattung, in: Kritische Berichte. Zeitschrift für Kunst- und Kulturwissenschaften, Nr. 4/2003, S. 77–84.
Wesentlich erweiterte Fassung unter dem gleichen Titel, in: Becker, Johannes M. und Wulf, Herbert (Hrsg.): Afghanistan: Ein Krieg in der Sackgasse, Münster: Lit-Verlag 2010, S. 197–215.

16. (Ko-Autor): Public Relations, Medien und Krieg. Das Geschäft mit dem Tod, in: medienimpulse (Wien/Österreich), Nr. 52/2005, S. 31–33.

17. Die Informationsrevolution frisst ihre eigenen Kinder: Internationale Medienpolitik zwischen Terror, Militarisierung und totaler Entgrenzung, in: Österreichisches Studienzentrum für Frieden und Konfliktlösung (Hrsg.): Der Krieg der Armen? Der internationale Terrorismus in der Neuen Weltordnung. Friedensbericht 2005. Ergebnisse der State-of-Peace-Konferenz 2005, Münster: Agenda-Verlag 2005, S. 212–237.

18. (Ko-Autor) »Europe Can Say ›No‹ to America«. Reporting on the Iraq War in Selected German and Turkish Newspapers, in: Nohrstedt, Stig-Arne und Ottosen,

Rune (Hrsg.): Global War – Local Views. Media Images of the Iraq War, Göteborg: NORDICOM 2005, S. 47–72.
Dt. Fassung unter dem Titel: »Europa kann Nein zu Amerika sagen«. Die Berichterstattung über den Irak-Krieg in ausgewählten deutschen und türkischen Zeitungen, in: Ankara Avrupa Çalişmalari Dergisi/Ankara Review of European Studies (Ankara/Türkei), Nr. 2/2005, S. 145–175.

19. (Ko-Autor) Operation Balkan: Werbung für Krieg und Tod, Baden-Baden: Nomos-Verlag 2006; 2. Aufl. 2008 (Vorwort Norman Paech).

20. NGOs im Geflecht von Kriegspropaganda, in: Österreichisches Studienzentrum für Frieden und Konfliktlösung (Hrsg.): Die Weltunordnung von Ökonomie und Krieg. Von den gesellschaftlichen Verwerfungen der neoliberalen Globalisierung zu den weltumspannenden politischen Ansätzen jenseits des Casinokapitalismus, Münster: LIT-Verlag 2006, S. 165–187.

21. Mirko: Eine kostenlose Jugendzeitschrift der NATO, in: medienimpulse (Wien/Österreich), Nr. 58/2006, S. 33–36.

22. Die Mär von den »guten Georgiern«, in: Die Presse (Wien/Österreich), 2. Dezember 2008, S. 30.

23. Erzählen als Enttöten. Friedensforschung als Erzählforschung, in: Baumann, Marcel M.; Birckenbach, Hanne-Margret; Brandes, Volkhard; Dieterich, Sandra; Gundermann, Ulrich und Suhr, Ulrike (Hrsg.): Friedensforschung und Friedenspraxis. Ermutigung zur Arbeit an der Utopie. Reiner Steinweg zum 70. Geburtstag, Frankfurt: Brandes & Apsel 2009, S. 259–274.

24. Die historische Tradition antiserbischer Vorurteile, in: Zeit-Fragen. Wochenzeitung für freie Meinungsbildung, Ethik und Verantwortung, für die Bekräftigung und Einhaltung des Völkerrechts, der Menschenrechte und des Humanitären Völkerrechts (Zürich/Schweiz), Sonderausgabe April 2009, S. 14.

25. Ex-jugoslawische Kriege und US-amerikanische PR-Agenturen. Werbung für Krieg und Tod, in: Sonderheft des Instituts für den Donauraum und Mitteleuropa (Wien/Österreich), Nr. 2/2009, S. 14.

26. Public Relations für Krieg und Tod, in: Mut. Forum für Kultur, Politik und Gesellschaft, Nr. 503/2009, S. 6–15.

27. Kriegsmarketing, in: Hintergrund. 2. Quartal 2009, S. 26–29.

28. Produktion von Feindbildern, in: Ossietzky. Zweiwochenschrift für Politik, Kultur und Wirtschaft, Nr. 20/2009, S. 747–751.

29. Die PR des Krieges, in: Academia # 51 (Bozen/Italien), Nr. 1/2010, S. 48–49.

30. Medienkriege in Georgien, in: Die Presse (Wien/Österreich), 17. Februar 2010, S. 26.

31. Die Vermarktung der ex-jugoslawischen Kriege durch US-amerikanische PR-Agenturen, in: Internationale Zeitschrift für Sozialpsychologie und Gruppendynamik in Wirtschaft und Gesellschaft (Wien/Österreich), Nr. 1/2010, S. 7–23.

32. (Ko-Autor) Angriffe auf Mediengebäude als Kriegsverbrechen, in: Zeit-Fragen. Wochenzeitung für freie Meinungsbildung, Ethik und Verantwortung, für die Bekräftigung und Einhaltung des Völkerrechts, der Menschenrechte und des Humanitären Völkerrechts (Zürich/Schweiz), Nr. 47/2010, S. 5–7.

33. Krieg, Medien und PR-Agenturen, in: Hüttner, Bernd und Nitz, Christoph (Hrsg.): Weltweit Medien nutzen – Medienwelt gestalten, Hamburg: VSA-Verlag 2010, S. 163–174.

34. Der georgisch-russische Medienkrieg, in: Wissenschaft & Frieden, Nr. 1/2012, S. 39–41.
Erweiterte englische Fassung unter dem Titel: The great Georgian/Russian media war, in: Media Development (Toronto/Kanada), Nr. 1/2012, S. 51–56.

35. Der Missbrauch von Frauen in der Kriegsberichterstattung, in: Behmann, Mathias; Frick, Theresa; Scheiber, Ursula und Wörer, Simone (Hrsg.): Verantwortung – Anteilnahme – Dissidenz. Patriachartskritik als Verteidigung des Lebendigen. Festschrift zum 70. Geburtstag von Claudia von Werlhof, Frankfurt: Peter Lang 2013, S. 103–117.

36. Ernst Friedrich und seine Schockfotos über den Ersten Weltkrieg. »Krieg dem Kriege«, in: Hussl, Elisabeth; Gensluckner, Lisa; Haselwanter, Martin; Jarosch, Monika und Schreiber, Horst (Hrsg.): Gaismair-Jahrbuch 2014. Standpunkte, Innsbruck: Studienverlag 2013, S. 127–137.

37. Ernst Friedrich und sein Buch »Krieg dem Kriege« (1924), in: Else Lasker Schüler Gesellschaft (Hrsg.): »Der Blaue Reiter ist gefallen« – XX. Else Lasker Schüler-Forum, Wuppertal: Else Lasker Schüler-Gesellschaft 2014, S. 31–33.

38. Kriegsmedien – Medien im Krieg. Ernst Friedrich und seine Wirkung, in: Wissenschaft & Frieden, Nr. 4/2014, S. 40–43.

Literaturverzeichnis

Adorno, T. W., Horkheimer M. (1968) Dialektik der Aufklärung. De Munter, Amsterdam.

Agai, B. (2004) Zwischen Netzwerk und Diskurs. Das Bildungsnetzwerk um Fethullah Gülen (geb. 1938): Die flexible Umsetzung modernen islamischen Gedankenguts. Bonner Islamstudien Bd. 2. EB-Verlag Dr. Brandt, Hamburg-Schenefeld.

Agnoli, J., Brückner P. (1968) Die Transformation der Demokratie. Frankfurt.

Agrawal, B., Desai M. K. (2009) Television and cultural crisis: an analysis of transnational television in India. Concept, New Delhi.

Albrecht, H. (1983) Kommunikationsprobleme auf Projektebene. In: Turner, G., Zeidler G. (Hrsg) Dritte Welt und technische Kommunikation. Polder, Stuttgart, S. 103–113.

Albrecht, U. (2000) Strategische Ziele und Arbeitsweisen der Informationspolitik der NATO. antimilitarismus-Information 8/9.

Albrecht, P.-A. (2007) Abschied vom Recht. Das nach-präventive Strafrecht. In: Vorgänge, Nr. 2, S. 27–43.

Albrecht, R. (2007) Serbozid. In: Albrecht R. (Hrsg) Völkermord(en). Genozidpolitik im 20. Jahrhundert. Shaker-Verlag, Achen.

Albrecht, U., Becker J. (Hrsg) (2002) Medien zwischen Krieg und Frieden. Nomos Verlag, Baden-Baden.

Alexander, H. (2012) Zlata Filipovic, whose journal was Sarajevo's answer to Anne Frank's diary, tells of her fears for Bosnia today. Unter: http://www.telegraph.co.uk/news/worldnews/europe/bosnia/9192248/Zlata-Filipovic-whose-journal-was-Sarajevos-answer-to-Anne-Franks-diary-tells-of-her-fears-for-Bosnia-today.html; letzter Abruf am 20. Mai 2015.

Aly, G., Sontheimer M. (2007) Fromms. Wie der jüdische Kondomfabrikant Julius F. unter die deutschen Räuber fiel. Fischer, Frankfurt.

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Amnesty International (1991) Statement contains the findings of an Amnesty International fact-finding visit to Kuwait and an update to Amnesty International's December 1990 report, Iraq/Occupied Kuwait: Human rights violations since 2 August 1990. Amnesty International, London. 19. April [mimeo].

Amnesty International (2000) NATO/Federal Republic of Yugoslavia. »Collateral Damage« or Unlawful Killings? Violations of the Laws of War by NATO during Operation Allied Force, 5. Juni, Unter: http://www.amnesty.org/en/library/info/EUR70/018/2000; Abruf am 10. August 2010.

Amnesty International (2009) Bosnia & Herzegovina: Whose justice?: The women of Bosnia and Herzegovina are still waiting.

Anders, G. (1980) Die Antiquiertheit des Menschen. 1. Band: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution. 5., erw. Aufl. Beck. München.

Andersen, R. (2005) Gendered Media Culture and the Imagery of War. In: Feminist Media Studies, November, S. 367–370.

Andrić, I. (1964) Brief aus dem Jahre 1920. In: Andrić I. Sämtliche Erzählungen. Bd. III: Gesichter. Hanser-Verlag, München.

Andrić, I. (2003) Die Brücke über die Drina. Eine Wischegrader Chronik. Suhrkamp, Frankfurt.

Angerer, J., Werth M. (2001) Es begann mit einer Lüge. In: Frankfurter Rundschau, 16. Februar, S. 9.

Ari, T. (2004) Irak, Iran ve ABD/Önleyici Savas, Petrol ve Hegemonya. Alfa Basim Yayim, Istanbul.

Arquilla, J., Ronfeldt D. (1998) Der Cyberkieg kommt! In: Stocker, G., Schöpf C. (Hrsg) Information.Macht.Krieg. Ars Electronica 98. Springer, Wien, S. 24–56.

Ash, T. G. (2004) Mittel und Wege. Wie baut man eine Demokratie auf? In: Süddeutsche Zeitung, 22. Dezember, S. 13.

Ates, S. (2004) Kriegspropaganda in der türkischen und deutschen Boulevardpresse am Beispiel von Hürriyet und Express. In: Die Brücke – Forum für antirassistische Politik und Kultur, Nr. 4, S. 41–46.

Augstein, F. (2001) Teure Treue. Bündnissolidarität oder: Hauptsache, wir machen mit. In: Süddeutsche Zeitung, 15. November, S. 15.

Avenarius, F. (1918) Das Bild als Narr. Die Karikatur in der Völkerverhetzung. Was sie aussagt, was sie verrät. Callwey, München.

Avenarius, F. (1922) Die Mache im Weltwahn. Schriften für echten Frieden. Hobbing, Berlin.

d'Aymery, G. (2001) The circle of deception. Mapping the human rights crowd in the Balkans. Unter: www.swans.com/library/art7/ga110.html; letzter Abruf am 16. Juni 2015.

Bahamas-Redaktion (2001) Hinter dem Ruf nach Frieden verschanzen sich die Mörder! In: Bahamas, Herbst, S. 31.

Bahr, E. (2003) »Wann wachen wir endlich auf?«. In: Die Welt, 8. März, S DW2.
Barker, M. (2007) »Democratic Imperialism«: Tibet, China and the National Endowment for Democracy. In: Global Research, 17. April.
Bartosch, A. (1998) Das Grünbuch über Konvergenz. Ein Beitrag auf dem Weg in die Informationsgesellschaft. In: Zeitschrift für Urheber- und Medienrecht, Nr. 3, S. 209–220.
Beck, U. (1999) Der militärische Euro. Humanismus und europäische Identität. In: Süddeutsche Zeitung, 1. April, S. 17.
Becker, J. (1982) Communication and Peace. Journal of Peace Research, Nr. 3, S. 227–240.
Becker, J. (1983) Kommunikationstechnologie und Rüstung. Das Argument, Nr. 140, S. 562–570.
Becker, J. (1984) Informationstechnologie in der Dritten Welt. Flach, Frankfurt.
Becker, J. (1985) Massenmedien im Nord-Süd-Konflikt. Campus, Frankfurt.
Becker, J. (1991) Information und Kommunikation. In: Stiftung Entwicklung und Frieden (Hrsg) Globale Trends. Bonn, S. 247–265.
Becker, J. (1993) Kommunikation. In: Hauchler, I. (Hrsg) Globale Trends. Frankfurt, S. 349–366.
Becker, J. (1994) Der Weltmarkt für Information und Kommunikation. In: Widerspruch. Beiträge zu sozialistischer Politik, Nr. 28, S. 5–17.
Becker, J. (1995) Kommunikation. In: Hauchler, I. (Hrsg) Globale Trends. Frankfurt, S. 445–467.
Becker, J. (1997) Kommunikation und Medien. In: Hauchler, I., Messner, D., Nuscheler, F. (Hrsg) Globale Trends. Frankfurt, S. 379–397.
Becker, J. (1999) Die Luft zum Atmen wird immer dünner. Grenzenlos bornierte Kommunikation. In: Das Plateau, Nr. 55, S. 4–24.
Becker, J. (2001) Nord-Süd-Journalismus. Eine Bestandsaufnahme. In: Schade K. F., Schmidt E. (Hrsg) Erleuchtend oder ausgebrannt? Journalismus zu Nord-Süd in Bilanz und Perspektive. IKO-Verlag, Frankfurt, S. 15–25.
Becker, J. (2001) Neue Medien, alte Hoffnungen. In: Entwicklung + Zusammenarbeit, Nr. 4, S. 124–125.
Becker, J. (2002) Information und Gesellschaft. Wien.
Becker, J. (2003) Erfolg mit Karma. Der Zee-Zar Subhash Chandra beherrscht die Medien Indiens. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 24. April, S. 40.
Becker, J. (2005) Communication and Conflict. Studies in International Relations (foreword by Johan Galtung). New Delhi.
Becker, J. (2006) Von Oligarchie zu Oligarchie. Zur politischen Ökonomie der »farbigen Revolutionen« im post-sowjetischen Raum. In: Kurswechsel, Nr. 1, S. 117–124.

Becker, J. (2006) Beim Schreiben rinnt die Tränenflut. Nushu, Chinas kulturgeschichtlicher Sonderweg: Die einzigartige Schrift der Frauen in der Provinz Hunan. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 1. Juli, S. 56.

Becker, J. (2008) Kommunikation verbindet – wirklich? Paradoxien der Informationsgesellschaft. In: Communicacio Socialis. Internationale Zeitschrift für Kommunikation in Religion, Kirche und Gesellschaft, Heft 2, S. 153–170.

Becker, J. (2009) Wer bestimmt unser Weltbild? Weltweit teilen sich zwei Unternehmen den Löwenanteil an Bildrechten. In: Zukunft. Monatliche Zeitschrift für Politik, Gesellschaft und Kultur, Februar, S. 60–61.

Becker, J. (2010) Medienkriege in Georgien. In: Die Presse, 17. Februar 17, S. 26.

Becker, J., Beham M. (2006) Operation Balkan. Werbung für Krieg und Tod. Nomos-Verlag, Baden-Baden.

Becker, J., Behnisch R. (Hrsg) (2003) Zwischen kultureller Zersplitterung und virtueller Identität. Türkische Medienkultur in Deutschland. Bd. III, Evangelische Akademie Loccum (= Loccumer Protokolle, 16/02), Rehburg-Loccum.

Becker, J., Calagan N. (2002) Türkische Fernsehnutzung in Herne. In: Meier-Braun, K.-H., Kilgus M. A. (Hrsg) Integration durch Politik und Medien? Nomos, Baden-Baden, S. 75–102.

Becker, J., Carfora, A., Flatz, C., Hartlieb, M., Lanzinger, A., Oberhofer T. und Preglau-Hämmerle, S. (2004) Das Bild des Auslandes und des Fremden in der Alternativpresse. In: Evangelische Akademie Iserlohn im Institut für Kirche und Gesellschaft (Hrsg) Für eine Kultur der Differenzen. Friedens- und Dritte-Welt-Zeitschriften auf dem Prüfstand. Iserlohn, S. 9–76.

Becker, J., Göhring, W. (1999) Kommunikation statt Markt. Zu einer alternativen Theorie der Informationsgesellschaft. St. Augustin.

Becker, J., Khamis, S. (2010) Der Fernsehsender Al Dschasira. Katholische Fakultät der Universität Innsbruck (= Innsbrucker Diskussionspapiere zu Weltordnung, Religion und Gewalt, Nr. 35), Innsbruck.

Becker, J., Lißmann, H.-J. (1973) Inhaltsanalyse. Kritik einer sozialwissenschaftlichen Methode. In: Arbeitspapiere für politische Soziologie, Nr. 5, S. 39–79.

Becker, J., Luger, K. (Hrsg) (2002) Flimmerndes Asien. Die Fernsehentwicklung eines Kontinents im Aufbruch. Wien.

Becker, J., Oesterheld, W. (Hrsg) (2002) Radio-Kommunikation in Afrika. Düsseldorf.

Becker, J., Oesterheld, W. (Hrsg) (2004) Realität und Illusion. Der indische Film im Globalisierungsstrudel. Düsseldorf.

Beham, M. (2000) Der Informationskrieg um das Kosovo. Vierteljahrsschrift für Sicherheit und Frieden, Nr. 3, S. 218–226.

Beigbeder, F. (2001) 39,90. Neununddreißig neunzig. Rowohlt, Reinbek.

Beltrán, L. R., Fox de Cardona, E. (1980) Comunicación Dominada. México.

Belussi, F. (1987) Benetton: Information Technology in Production and Distribution. University of Sussex (= SPRU Occasional Papers No. 25). Falmer, Brighton.
Bendikowski, T. (2014) Sommer 1914 zwischen Angst und Begeisterung. Wie Deutsche den Kriegsbeginn erlebten. Bertelsmann, München.
Bendrath, R. (2001) Krieg der Kanäle. Im Kampf gegen den Terror setzen die USA auf eine gezielte Desinformationskampagne. In: Die Zeit, 18. Oktober, S. 66.
Bensmann, M. (2007) Usbekistans wortgewaltiger Opponent. In: taz. die tageszeitung, Weihnachten, S. 26.
Bericht (2001) des nichtständigen Ausschusses des EP über das Abhörsystem Echelon (A5-0264/2001, Berichterstatter: Gerhard Schmidt), 11. Juli.
Beyrer, K., Dallmeier, M. (Hrsg) (1994) Als die Post noch Zeitung machte. Eine Pressegeschichte. Anabas, Gießen.
Bilder-Conversations-Lexikon für das deutsche Volk. Ein Handbuch zur Verbreitung gemeinnütziger Kenntnisse und zur Unterhaltung. In vier Bänden (1837). Erster Bd.: A–E. Brockhaus, Leipzig.
Bild-Zeitung (Hrsg) (1966) Qualitative Analyse der BILD-Zeitung. Axel Springer AG, Hamburg.
Bin-Laden-Netzwerk (2001) »Nicht fliegen!«. Neue Erklärung des Bin-Laden-Netzwerks. In: taz. die tageszeitung, 15. Oktober, S. 4.
Bin-Laden-Netzwerk (2001) »Gesegnete Schläge«. In: taz. die tageszeitung, 28. Dezember, S. 2.
Birnbaum, N. (2001) Die formierte Öffentlichkeit. In: taz. die tageszeitung, 25. Oktober, S. 4.
Bitterli, U. (1976) Die »Wilden« und die »Zivilisierten«. Grundzüge einer Geistes- und Kulturgeschichte der europäisch-überseeischen Begegnung. Beck, München.
Bittermann, K., Deichmann, T. (1999) Wie Dr. Joseph Fischer lernte, die Bombe zu lieben. Berlin.
Bläser, V. (2014) Zum Russlandbild in den deutschen Medien. In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Nr. 47-48, S. 48–53.
Bogoeva, J., Fetscher, C. (Hrsg) (2002) Srebrenica. Ein Prozess. Dokumente aus dem Verfahren gegen General Radislav Krstić vor dem Internationalen Strafgerichtshof für das ehemalige Jugoslawien in Den Haag. Suhrkamp, Frankfurt.
Bonfadelli, H. (1994): Die Wissenskluft-Perspektive. Massenmedien und gesellschaftliche Information. Ölschläger, Konstanz.
Bourdieu, P. (1999) Ökologie der Kunst. Benutzen Medien ihre Macht, um das soziale Universum der Kultur zu zerstören, das über Jahrhunderte aufgebaut wurde? Fragen an die wahren Herren der Welt. In: taz. die tageszeitung, 26. Oktober, S. 15 und 16.

Boyd-Barret, O., Kishan Thussu, D. (1992) Contra Flow in Global News. International and Regional News Exchange Mechanisms. Libbey, London.

Braden, S., Huong, T. T. T. (1998) Video for Development. A Casebook from Vietnam. Oxfam, Oxford.

Branahl, U. (1992) Recht und Moral im Journalismus. Der Beitrag des Rechts zur Förderung von »gutem« beruflichen Verhalten des Journalisten in der Bundesrepublik Deutschland. In: Haller, M., Holzhey, H. (Hrsg) Medien-Ethik. Beschreibungen, Analysen, Konzepte für den deutschsprachigen Journalismus. Westdeutscher Verlag, Opladen, S. 224–241.

Brauman, R. (1995) Hilfe als Spektakel. Das Beispiel Ruanda. Rotbuch, Berlin.

Brecht, B. (1967) Über den formalistischen Charakter der Realismustheorie [Original 1938]. Brecht, B.: Gesammelte Werke. Bd. 19. Suhrkamp, Frankfurt S. 298–307.

Bremer, T., Popov, N., Stobbe, H.-G. (Hrsg) (1998) Serbiens Weg in den Krieg. Kollektive Erinnerung, nationale Formierung und ideologische Aufrüstung. Berlin-Verlag, Berlin.

Brocks, C. (2008) Die bunte Welt des Krieges. Bildpostkarten aus dem Ersten Weltkrieg 1914–1918. Klartext, Essen.

Broeckers, M., Schreyer, P. (2014) Wir sind die Guten. Ansichten eines Putinverstehers oder wie uns die Medien manipulieren. Westend, Frankfurt.

Brosius, H.-B., Scheufele, B. (2001) Gewalt durch »Fremde« – Gewalt gegen »Fremde«. Die Berichterstattung über PKK- und Kurden-Gewalt und fremdenfeindliche Straftaten. In: Politische Vierteljahresschrift, Nr. 3, S. 447–473.

Brownmiller, S. (1978) Gegen unseren Willen. Vergewaltigung und Männerherrschaft. Fischer, Frankfurt.

Brüggen, W., Jäger, M. (Hrsg) (2003) Brauchen wir Feinde? Feindbildproduktion nach dem 11. September 2001 in sozialpsychologischer und diskursanalytischer Sicht. Ed. Freitag, Berlin.

Brunnengräber, A. (1998) Über die Unzulänglichkeiten kosmopolitischer Demokratie in einer transnationalen Welt. In: Peripherie, Nr. 71, S. 69–92.

Brunner, R. (2000) Eine Schwalbe macht noch keinen Frühling. Unter: http://archiv.medienhilfe.ch/News/Archiv/2000/fragezeichen.htm; letzter Abruf am 29. September 2000.

Bruns, T. (1998) Veränderungen der Gewaltberichterstattung. Halem-Verlag, Köln.

Bücher, K. (1912) Das Zeitungswesen. Teubner, Leipzig.

Bücher, K. (1926) Der Krieg und die Presse. In: Bücher, K. (Hrsg): Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde. Tübingen.

Bücher, K. (1981) Auswahl der publizistikwissenschaftlichen Schriften. Hrsg. von Heinz-Dietrich Fischer und Horst Minte. Brockmeyer, Bochum.

Bünger-Tonks, I. (2003) »Schluss mit lustig«. Das diffuse Bild der Berichterstattung der Bild-Zeitung zum Irakkrieg. In: DISS-Journal, Sommer 2003, S. 32–34.

Bürger, P. (2007) Bildermaschine für den Krieg. Das Kino und die Militarisierung der Weltgesellschaft. Heise-Verlag, Hannover.
Bürgschwentner, J. (2010) Die Bildpostkarte in der Kriegserfahrung – ein Überblick. Die Kriegserfahrung auf der Bildpostkarte – ein Einblick in die Sammlung Günter Sommer. In: Zeit – Raum – Innsbruck. Schriftenreihe des Innsbrucker Stadtarchivs. Bd. 11. Wagner, Innsbruck, S. 281–316.
Bumiller, E. (2010) USA schicken Frauen an die Front. Teams der Marines suchen Kontakt mit weiblichen afghanischen Dorbewohnern. In: Zeit-Fragen, 22. März, S. 2.
Bunjes, M. (2010) Das falsche Bild von Neda. In: Menschen Machen Medien, Nr. 3.
Burgdorf, D. (1984) Blauer Dunst und rote Fahnen: Ökonomische, soziale, politische und ideologische Entwicklung der Bremer Zigarrenarbeiterschaft im 19. Jahrhundert. Brockkamp Verlag, Bremen.
Burger, H. (1965) 1212 sendet. Deutscher Militärverlag, Berlin.
Burkhard, L. (1993) The World at Your Keyboard. An alternative guide to global computer networking. Jon Carpenter, Oxford.
Buschak, W. (1985) Von Menschen, die wie Menschen leben wollen. Die Geschichte der Gewerkschaft Nahrung-Genuss-Gaststätten und ihrer Vorläufer. Bund-Verlag, Köln.
Bush, G. W. (2001) Entweder Ihr seid für uns, oder Ihr seid für die Terroristen. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 22. September, S. 8.
Busse, E. (2001) Seit dem 11. September ist schon mal »dienstags geschlossen«. Die Offenen Kanäle senden nicht mehr unbeobachtet. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 6. November, S. 4.
Campbell, D. (2001) US plans TV station to rival al-Jazeera. In: The Guardian, 23. November, S. 6.
Carroll, M. (2007) From a Persian Tea House. Tauris, London.
Cartmell, M. (2008) Georgia's PR agency lashes out at Russian ›propaganda‹. In: PR Week, 14. August. Unter: http://www.prweek.com/article/839450/georgias-pr-agency-lashes-russian-propaganda; letzter Abruf am 27. Mai 2015.
Ceballos Betancur, K. (1998) Beziehungen sind der Rohstoff der Info. In: Frankfurter Rundschau, 30. März.
Chakravarthi, R. (1990) Recolonization. GATT, the Uruguay Round and the Third World (foreword by Julius Nyerere). London.
Chauvistré, E. (2001) Sichtbar: Unsichtbare Einsätze. In: taz. die tageszeitung, 22. Oktober, S. 4.
Chomsky, N. (1996) Wege zur intellektuellen Selbstverteidigung: Medien, Demokratie und die Fabrikation von Konsens. München.
Chomsky, N. (2002) Profit over People. Neoliberalismus und globale Weltordnung. Hamburg und Wien.

Christa, W. (2009) gleich, gleicher, ungleich. Paradoxien und Perspektiven von Frauenrechten in der Globalisierung. Helmer, Sulzbach.

Christadler, M. (1978) Kriegserziehung im Jugendbuch: Literarische Mobilmachung in Deutschland u. Frankreich vor 1914. Haag + Herchen, Frankfurt.

Chwallek, G. (2001) Erst Phase II birgt echte Risiken. In: Wiesbadener Kurier, 12. November, S. 1.

Clasmann, A.-B. (2001) Bin Laden und sein Freund-Feind-Schema. In: Solinger Tageblatt, 5. November, S. 2.

Claßen, E. (2004) Informationsmacht oder -ohnmacht. Die Instrumentalisierung von Genderstrukturen im Krieg. In: Forum Pazifismus, Mai, S. 24–32.

Cockburn, P. (2011) Amnesty questions claim that Gaddafi ordered rape as weapon of war. Unter: http://www.independent.co.uk/news/world/africa/amnesty-questions-claim-that-gad-dafi-ordered-rape-as-weapon-of-war-2302037.html; letzter Abruf am 30. April 2015.

Cohen, B. C. (1963) The Press and Foreign Policy. Princeton University Press, Princeton, NJ.

Combelles-Siegel, P. (1998) Target Bosnia: Integrating Information Activities in Peace Operations. NATO-led Operations in Bosnia-Hercegovina, December 1995–1997. National Defense University, Washington D. C.

Conboy, K., Morrison, J. (2002) The CIA's Secret War in Tibet. University Press of Kansas, Lawrence.

Cowan, G., Cull, N. J. (Hrsg) (2008) Public Diplomacy in a Changing World. In: Sondernummer der Zeitschrift »The Annals of the American Academy of Political and Social Sience«.

Cremer, U., Lutz D. S. (Hrsg) (1999) Nach dem Krieg – ist vor dem Krieg. Die Sicht der anderen zum Kosovo-Krieg und ihre alternativen Lehren und Konsequenzen. Hamburg.

Crispin, S. W. (2004) Moving the Goalposts. Satellite TV Has Turned European Soccer into Asia's Sport of Choice. In: Far Eastern Economic Review, 10. Juni, S. 50–53.

Czempiel, E.-O. (1991) Weltpolitik im Umbruch. Beck, München.

Dahms, F. (1965) Geschichte der Tabakarbeiterbewegung. Gewerkschaft Nahrung – Genuß – Gaststätten, Hamburg.

Dallmeier, M. (Hrsg.) (1994) Als die Post noch Zeitung machte. Eine Pressegeschichte. Anabas, Gießen.

Daniljuk, M. (2014) Ukraine-Konflikt: ARD-Programmbeirat bestätigt Publikumskritik. In: Telepolis, 18. September. Unter: http://www.heise.de/tp/artikel/42/42784/1.html; letzter Abruf am 16. Juni 2015.

Debiel, T., Fischer, M., Matthies, V., Ropers, N. (1999) Effektive Krisenprävention. Herausforderungen für die deutsche Außen- und Entwicklungspolitik. Stiftung Entwicklung und Frieden, Bonn.

Dedijer, V. (1993) Jasenovac – das jugoslawische Auschwitz und der Vatikan. 4. Aufl. Ahriman-Verlag, Freiburg.

Degen, H. J. (Hrsg) (1993) Lexikon der Anarchie. Verlag Schwarzer Nachtschatten, Bösdorf.

Deleuze, G. (1993) Unterhandlungen: 1972–1990. Suhrkamp, Frankfurt.

Department for International Development (2000) Guide to Supporting Media in Conflicts and other Emergencies. London.

Deschner, K., Petrović, M. (1999) Krieg der Religionen. Der ewige Kreuzzug auf dem Balkan. Heyne-Verlag, München.

De Sola Pool, I. (1965) »Effects of Cross-National Contact on National and International Images«. In: Kelman, H. C. (Hrsg) International Behavior. A Social-Psychological Analysis. New York, S. 106–129.

De Thier, P. (2001) Die neue Zensur der US-Medien. Wegen Kritik an Bush verlieren Journalisten ihren Job. In Kriegszeiten gelten andere Gesetze. In: Solinger Tageblatt, 10. November, S. 6.

Deutsche Forschungsgemeinschaft (DFG) (Hrsg) (1986) Medienwirkungsforschung in der Bundesrepublik Deutschland. 2 Bd. VCH, Weinheim.

Deutsche Gesellschaft für Islamkunde (Hrsg) (1996) »Die Welt des Islam«. Bd. 36, Nr. 3, Brill Verlag, Leiden.

Deutsches Institut für Menschenrechte (Hrsg) (2007) Prävention von Folter und Misshandlung in Deutschland. Nomos-Verlag, Baden-Baden.

Deutsche Welle (2008): Zur Diskussion über die chinesischsprachigen Angebote der Deutschen Welle. Bd. 1 und Bd. 2, Bonn.

DEZA (Departement für Entwicklungszusammenarbeit) (1999) Gegendarstellung. In: Wochenzeitung, 26. August.

Dezalay, Y., Garth, B. (2005) Kaderschmieden der Entwicklungspolitik. Eliteuniversitäten, NGOs und Chefbanker. In: Le Monde Diplomatique (dt. Ausgabe), Juni, S. 23.

Dieter, H. (2003) Die Instrumentalisierung der Toten von Srebrenica. In: Komitee für Grundrechte und Demokratie (Hrsg) Jahrbuch 2002/2003. Komitee für Grundrechte und Demokratie, Köln, S. 53–66.

Dietrich, J. (2000) Die Kriegslüge. In: Die Woche, 24. März, S. 26.

Digel, H. (2008) Zwischen devoter Unterwerfung und bodenloser Kritik. Provokante Anmerkungen zum Selbstverständnis des deutschen Sportjournalismus. In: Olympisches Feuer. Zeitschrift des Deutschen Olympischen Sportbundes und der Deutschen Olympischen Gesellschaft, Nr. 4-5, S. 66–68.

Dill, R. (2003) Neue Demokratien – neuer Rundfunk. Erfahrungen mit der Medientransformation in Osteuropa. Lit-Verlag, Münster.
Dönhoff, M. G. (1991) Kopflos in das Chaos. Aus Jugoslawien sollte sich Europa militärisch heraushalten. In: Die Zeit, 19. September.
Dörner, D. (1989) Die Logik des Misslingens. Rowohlt, Reinbek.
Dorin, A. (2009) »Srebrenica: Die Geschichte eines salonfähigen Rassismus«. Kai Homilius, Berlin.
Dragosei, F. (2011) Russia e Georgia sempre in Guerra dopo l'Ossezia tocca al Cinema. In: Corriere della Sera, 20. Mai, S. 57.
Dregger, L. (o. J.) Die Folterungen von Abu Ghureib und die Sehnsucht nach Frieden. Unter: http://www.igf-online.org/index.php?id=356; letzter Abruf am 5. September 2007.
Düperthal, G. (2012) Frauen über die Arabellion. Spannende Erkenntnisse über arabische Filmkunst in Köln. In: Menschen Machen Medien, Nr. 4.
Duerr, H. P. (1993) Der Mythos vom Zivilisationsprozess, Bd. 3: Obszönität und Gewalt. Suhrkamp, Frankfurt.
Duerr, H. P. (2002) Der Mythos vom Zivilisationsprozess. Bd. 5: Die Tatsachen des Lebens. Suhrkamp, Frankfurt.
Duve, F. (1995) An der Rampe von Srebrenica. In: Die Zeit, Nr. 30, S. 1.
Duve, F. (2001) Das Ende der Vielfalt. Die Anti-Terror-Allianz als Risiko für die Pressefreiheit. In: Frankfurter Rundschau, 12. Oktober, S. 23.
Dworkin, A. (2005) The Right to Broadcast Propaganda. In: International Herald Tribune, 15. Dezember, S. 6.
Eban, A. (1970) Dies ist mein Volk. Die Geschichte der Juden. Droemer, Zürich.
Ebert, T. (2002) Die poetische Methode und ihre Grenzen – oder Peter Handkes Reiseberichte aus Jugoslawien als Friedenstexte. In: Albrecht, U., Becker, J. (Hrsg) Medien zwischen Krieg und Frieden. Nomos Verlag, Baden-Baden, S. 247–266.
Ehling, H. (2001) Image-Politur. Pentagon heuert – wie im Golf-Krieg – PR-Agentur an. In: Frankfurter Rundschau, 23. Oktober, S. 14.
Ehling, H., Schön, G. (2001) Wir werden lügen. Der Informationskrieg der Vereinigten Staaten gegen Afghanistan ist in der Phase der Mobilmachung. In: Frankfurter Rundschau, 26. September, S. 23.
Eilders, C., Lüter, A. (2000) Medien zum Kosovokrieg. In: WZB-Mitteilungen, September, S. 5.
Eilers, F.-J. (1992) Communicating between cultures. 2. Aufl. Divine World, Manila.
Elias, H. (1993) Nirgendwo Mut, in: Junge Welt, 15. November 1993.
Elsässer, J. (2000) Kriegsverbrechen. Die tödlichen Lügen der Bundesregierung und ihre Opfer im Kosovo-Konflikt. Konkret, Hamburg.

Engdahl, F. W. (2005) Geopolitik und »Farben-Revolutionen« gegen Tyranneien. In: Zeit-Fragen, Nr. 37.
Engdahl, F. W. (2008) Warum Washington mit China »Tibetanisches Roulette« spielt. In: Politonline, 10. Mai.
Engels, F. (2001) Die Eroberung Afghanistans [Original 1857]. In: Frankfurter Rundschau, 10. November, S. 16.
Enzensberger, H. M. (2002) Die geschrumpfte Welt auf Zeitungspapier. Das verlegerische Projekt, die Norweger in Idioten zu verwandeln, ist gescheitert. Ein Streifzug durch die Presse des Landes. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 7. März.
Ericson, S., Riegert, K. (2010) Media houses: architecture, media and the production of centrality. Lang, New York.
Ernst, O. (1905) Asmus Sempers Jugendland. Der Roman einer Kindheit. 16.–20. Tausend. Staackmann, Leipzig.
Ertl, S. (2014) Protest und Medien – Bürgerbeteiligung im Spiegel medialer Öffentlichkeit. Diss. Phil, Innsbruck.
Esche, D., Köhne, P. (1983) Feldstudie zur Erarbeitung von Grundlagenmaterial für einen Mediendienst Gesundheitswesen. GTZ, Eschborn.
European Audiovisual Observatory (2010) Focus 2010. World Film Market Trends. European Audiovisual Observatory, Strassbourg.
European Broadcasting Union (EBU) (1978) 37th Meeting of the Television Programme Committee. London.
Fahrenhorst, B. (Hrsg) (2000) Die Rolle der Entwicklungszusammenarbeit in gewalttätigen Konflikten. Gesellschaft für internationale Entwicklung, Berlin.
Fanon, F. (1969) Die Verdammten dieser Erde. Rowohlt, Reinbek.
Fathi, A. (1977) The Minbar as Medium of Public Communication in Islam. In: Communicatons and Development Review (Teheran), Nr. 1, S. 11–12.
Fathi, A. (1979) The Role of the Islamic Pulpit. In: Journal of Communication, Nr. 3, S. 102–106.
Federal Republic of Yugoslavia, Federal Ministry of Foreign Affairs (1999) NATO Crimes in Yugoslavia. Documentary Evidence. Bd. II, Belgrad.
Federal Republic of Yugoslavia, Federal Ministry of Foreign Affairs (2000) Nato Aggression against the Federal Republic of Yugoslavia. 2 Volumes, Belgrad.
Ferjani, R. (2009) Arabic-language television in France. In: Global Media and Communication. Vol. 5, Nr. 3, S. 405–428.
Finn, H. K. (2003) The Case for Cultural Diplomacy: Engaging Foreign Audiences. In: Foreign Affairs, November/Dezember.
Fischbach, R. (1998) Konvergenz – schwacher Begriff, starke Absicht. Eine Herausforderung demokratischer Medien- und Telekommunikationspolitik. In: Blätter für deutsche und internationale Politik, Nr. 12, S. 1479–1488.

Fisher, H. A. (1990) Community radio as a tool for development. In: Media Development, Nr. 4, S. 19–23.
Fiva, Sonnenberg, N. (2007) Klub Karamell. Voland & Quist, Dresden.
Flemming, T., Heinrich, U. (2004) Grüße aus dem Schützengraben. Feldpostkarten im Ersten Weltkrieg aus der Sammlung Ulf Heinrich. be.bra, Berlin.
Flugblatt des Dachverbands der Türkischen und Islamischen Vereine Solingen und Umgebung e. V. von Mitte September 2001.
Förster, A. (2010) Georgiens Mafia plante Umsturz. In: Frankfurter Rundschau, 22. Juni, S. 8.
Food and Agricultural Organization (FAO) (1989) Guidelines on Communication for Rural Development: A brief for development planners and project formulators. Development Communication Publications, Rom.
Forrester, V. (1997) Der Terror der Ökonomie. Zsolnay, Wien.
Forster, P. (2000) Information als Waffe. In: Die Weltwoche, 11. Februar, S. 10.
Foucault, M. (1976) Überwachen und Strafen. Die Geburt des Gefängnisses. Suhrkamp, Frankfurt.
Franck, G. (1998) Ökonomie der Aufmerksamkeit. Ein Entwurf. Hanser, München.
Frankl, V. E. (2002) … trotzdem Ja zum Leben sagen. Ein Psychologe erlebt das Konzentrationslager. 22. Aufl. dtv, München.
Franquet, R., Ribes, F. X. (2007) A ritmo latino. Los radiodifusores estadounidenses buscan empatizar con la audiencia hispana. In: Telos, Nr. 707, Madrid, S. 64–72.
Franz, A. (2003) Irakkrieg: 10 Lügen. In: Stern, Nr. 10, S. 54–55.
Frei, D. (1985) Feindbilder und Abrüstung. Die gegenseitige Einschätzung der UdSSR und der USA. Beck, München.
Frembgen, J. W., Mohm H. W. (2000) Lebensbaum und Kalaschnikow. Krieg und Frieden imSpiegel afghanischer Bilderteppiche. Gollenstein Verlag, Blieskastel.
Friedrich, E. (1921) Proletarischer Kindergarten. Ein Märchen- und Lesebuch für Kinder und Erwachsene. 2. Aufl. Verlag des Internationalen Anti-Kriegsmuseums, Berlin.
Friedrich, E. (1925) Haarmann und Ludendorff. In: Die Schwarze Fahne, Nr. 1, S. 2.
Friedrich, E. (1925) Eine sonderbare »weltliche« Schule. Eine Gemeinschafts-Schule ohne Gemeinschafts-Geist!. In: Die Schwarze Fahne, Nr. 12, S. 3.
Friedrich, E. (1926) Krieg dem Kriege. Bd. II. Freie Jugend, Berlin.
Friedrich Ebert-Foundation (FES), New York Office (Hrsg) (1998) @t ease with e-mail. A handbook on using electronic mail for NGOs in developing countries. 2. Aufl. New York.
Friedrich Ebert-Stiftung (Hrsg) (1998) Medien für Entwicklung – Entwicklung von Medien. Die Rolle von Medien und Kommunikation in der internationalen Entwicklungszusammenarbeit. Hinweise für Auslandsmitarbeiter. FES, Bonn.

Friedrich Ebert-Stiftung (Hrsg) (2000) Medien im Konflikt. Mittäter oder Mediatoren? Internationale Konferenz. FES, Bonn.
Fritz, T. (2014) Geheimwaffe TTIP. Der Ausverkauf der öffentlichen Güter. In: Blätter für deutsche und internationale Politik, Nr. 6, S. 93–100.
Fromme, C. (2008) Schläge unter die Gürtellinie. »Man muss nicht aussehen wie eine Eule, um für Frauenrechte zu kämpfen«: Wie Lady »Bitch« Ray mit krassen Mitteln versucht, gegen alle Vorurteile zu bestehen. In: Süddeutsche Zeitung, 16. April, S. 11.
Galerie 70 (Hrsg) (1979) Ist das noch Spielzeug? Promedia, Berlin.
Galtung, J. (1997) After Camelot. In: Galtung, Johan: Papers on Methodology. Vol. II: Essays in Methodology. Ejlers, Kopenhagen, S. 180–193.
Galtung, J. (1998a) Frieden mit friedlichen Mitteln. Leske & Budrich, Opladen.
Galtung, J. (1998b) Friedensjournalismus: Warum, was, wer, wo wann?. In: Kempf, W., Schmidt-Regener, I. (Hrsg) Krieg, Nationalismus, Rassismus und Medien. LIT-Verlag, Münster, S. 3–20.
Galtung, J., Ruge, M. H. (1965) The Structure of Foreign News. The Presentation of the Congo, Cuba and Cyprus Crisis in Four Norwegian Newspapers. In: Journal of Peace Research, Nr. 2, S. 64–91.
Gashi, D. (2004) The Role of the Media in the March 2004 Events in Kosovo. OSCE, Wien.
Gellhorn, M. (2012) Das Gesicht des Krieges. Reportagen 1937–1987. Dörlemann, Zürich.
Gerhard, U. (1992) Fatale Folgen! Die Mediendebatte zum Thema Asyl. In: Westdeutscher Rundfunk (Hrsg) Gute Absichten – fatale Folgen? Fremdenfeindlichkeit in den Medien. WDR, Köln, S. 27–34.
Gerlach, J. (2007) Die Wüste sucht den Superstar. In: Berliner Zeitung, 4. April.
Gesellschaft für bedrohte Völker (Hrsg) (1970) Pogrom. Zeitschrift der Gesellschaft für Leben und Zukunft bedrohter Völker, Nr. 4-5.
Gidron, A., Cordone, C. (2000) Die Bombardierung der RTS-Studios. In: Le Monde Diplomatique (dt. Ausgabe), Juli, S. 13.
Giesen, R. (2002) »Flammendes Inferno«. In: Albrecht, U., Becker (Hrsg) Medien zwischen Krieg und Frieden. Nomos Verlag, Baden-Baden, S. 134–141.
Gilette, R. (2004) The Role of the Media in the March 2004 Events in Kosovo. Temporary Media Commissioner [mimeo], Pristina.
Gillath, N. (2011) Women and Military Service in Israel 1948–1967. In: Latzel, K., Maubach, F., Satjukow, S. (Hrsg) Soldatinnen. Gewalt und Geschlecht im Krieg vom Mittelalter bis heute. Schöningh, Paderborn, S. 395–414.
Gläser, R. (2003) Ökolinguistische Aspekte in der Berichterstattung über den Irakkrieg. In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie, Nr. 2, S. 16–30.
Global Media and Communication (2010), Nr. 3.

Goebbels, J. (1971) Ansprache an die Intendanten und Direktoren der Rundfunkgesellschaften, Berlin, Haus des Rundfunks, 25. März 1933. In: Heiber, H. (Hrsg) Goebbels-Reden. Bd. 1: 1931–1939. Droste, Düsseldorf.

Göle, N. (1995) Republik und Schleier. Babel, Berlin.

Götz, M. (2003) »Wir sind dagegen!« Kinder in Deutschland und ihre Wahrnehmung vom Krieg im Irak. In: Televizion, Nr. 2, S. 27–36.

Goff, P. (Hrsg) (1999) The Kosovo News and Propaganda War. The International Press Institute, Wien.

Goldner, C. (2008) Dalai Lama. Fall eines Gottkönigs. 2. Aufl. Alibri, Aschaffenburg.

Goldstein, M. (2006) The United States, Tibet and the Cold War. In: Journal of Cold War Studies, Nr. 3, S. 145–164.

Gollinger, E. (2010) Buying the Press. In: Zspace. The Spirit of Resistance Lives. Unter: http://www.zcommunications.org/buying-the-press-by-eva-gollinger, 15. Juli; letzter Abruf am 20. September 2010.

Googh, L. (2010) The biggest thing since China. Global companies awake to the Muslim consumer, and marketers follow suit. In: International Herald Tribune, 12. August, S. 1 und 16.

Gourevitch, P., Morris, E. (2009) Die Geschichte von Abu Ghraib. Hanser, München.

Gowing, N. (1997) Media Coverage. Help or Hindrance in Conflict Resolution. A Report to the Carnegie Commission on Preventing Deadly Conflict. Carnegie Corporation, New York.

Goytisolo, J. (2001) Ein Publikum, das ganz Auge und Ohr ist. In: Der Standard. Album, 23. Juni, S. 5.

Grass, G. (2001) Der Westen muss sich endlich fragen, was er falsch gemacht hat. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 27. Oktober, S. 45.

Greene, F. (1966) Listen – Lügen – Lobbies. China im Zerrspiegel der öffentlichen Meinung. Mit einem Vorwort von Werner-Otto von Hentig. Josef Melzer Verlag, Darmstadt.

Greenwald, G. (2014) Die globale Überwachung. Der Fall Snowden, die amerikanischen Geheimdienste und die Folgen. Droemer, München.

Groebel, J., Hoffmann-Riem, W., Lange, B.-P., Mährenholz, E. G., Mestmäcker, E.-J., Scheithauer, I. , Schneider, N. (1994) Bericht zur Lage des Fernsehens für den Präsidenten der Bundesrepublik Deutschland Richard von Weizsäcker. Bertelsmann-Stiftung, Bonn.

Gross, J. T. (2001) Nachbarn. Der Mord an den Juden von Jedwabne. Mit einem Vorwort von Adam Michnik. Beck, München.

Gross-Mayr, H. (1987) When Prayer and Revolution Become People Power. In: Fellowship, March, S. 8–11.

Groß, E., Sieker, E. (2007) »Reporter ohne Grenzen« – eine ›Lovemark‹ der US-Regierung. Unter: http://amerika21.de/hintergrund/2007/mission-desinformation; letzter Abruf am 20. September 2010.
Gruschke, A. (2008) Quo vadis, Tibet? In: Das Neue China, Nr. 2, S. 23–30.
Habermas, J. (1962) Strukturwandel der Öffentlichkeit. Luchterhand, Neuwied.
Habermas, J. (1973) Legitimationsprobleme im Spätkapitalismus. Suhrkamp, Frankfurt.
Habermas, J. (2003) Was bedeutet der Denkmalsturz?. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 17. April, S. 33.
Hacker, F. (1975) Terror. Mythos, Realität, Analyse. Reinbek.
Hagen, N. (2001) Das Versagen der Geheimdienste. In: Le Monde Diplomatique (dt. Ausgabe), November, S. 6.
Halimi, S., Vidal, D. (2000) Chronik eines angekündigten Vertreibungskrieges. In: Le Monde Diplomatique (dt. Ausgabe), März, S. 12–13.
Hall, P. C. (Hrsg) (2001) Krieg mit Bildern. Wie Fernsehen Wirklichkeit konstruiert. ZDF, Mainz.
Hallin, D. C. (1989) The »Uncensored War«. The Media and Vietnam. University of California Press, Berkely.
Halloran, J. D. (1987) The international research experience. In: Jayaweera, N., Amunugama, S. (Hrsg) Rethinking Development Communication. AMIC, Singapur, S. 129–148.
Hamann, B. (2008) Der Erste Weltkrieg. Wahrheit und Lüge in Bildern und Texten. Piper, München.
Hamburger Institut für Sozialforschung (Hrsg) (1996) Vernichtungskrieg. Verbrechen der Wehrmacht 1941–1944. Ausstellungskatalog. HIS Edition, Hamburg.
Hamzawy, A. (2001) Die Aura eines Helden. In der arabischen Presse wird Bin Ladin nicht selten als Vorkämpfer für die gerechte Sache dargestellt. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 23.November, S. 8.
Handke, P. (1999) Die Fahrt im Einbaum oder Das Stück zum Film vom Krieg. Suhrkamp, Frankfurt.
Hartwig, S. (1999) Konflikt und Kommunikation. Berichterstattung, Medienarbeit und Propaganda in internationalen Konflikten vom Krimkrieg bis zum Kosovo. Lit-Verlag, Münster.
Haubold, E. (2001) Medienstar mit Bart und Turban. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 1. November, S. 6.
Haus der Geschichte der Bundesrepublik Deutschland (Hrsg) (1998) X für U. Bilder, die lügen. Bouvier, Bonn.
Hauser, M. (1998) Die bosnischen Frauen, der Krieg und das Frauentherapiezentrum Medica Zenica. In: Beiträge zur feministischen Theorie und Praxis, Nr. 49-50, S. 63–70.

Hay, R. (1999) The Media and Peacebuilding. A Discussion Paper and Draft Operational Framework. Institute for Media, Policy and Civil Society (IMPACS), Vancouver und Ottawa.

Haykel, B. (2008) Die Lyrik des Terrors. In: Süddeutsche Zeitung, 28. April, S. 11.

Hein, J. (2001) Tod und Leid haben kein Gesicht. In: Solinger Tageblatt, 16. Oktober, S. 5.

Heinrich Böll-Stiftung (1966) Afrika zwischen Krise und Hoffnung. Heinrich Böll-Stiftung, Berlin.

Heinrich Boell Foundation (Hrsg) (1999) Media and Conflict – Promoting Peace. A Symposium with Journalists from Eritrea and Ethiopia. Heinrich Boell Foundation, Berlin.

Heitmeyer, W., Müller, J., Schröder, H. (1997) Verlockender Fundamentalismus. Türkische Jugendliche in Deutschland. Suhrkamp, Frankfurt.

Heitmeyer, W. (2001) »Das ist eine halbierte Aufklärung«. In: taz. die tageszeitung, 24. Oktober.

Hensell, S. (o. J.) Bosnien-Herzegowina. Unter: http://www.sozialwiss.unihamburg.de/publish/Ipw/Akuf/kriege/211_bosnien.htm; letzter Abruf am 5. September 2007.

Herkel, G. (2015) Glaubwürdigkeit beschädigt. Ein Plädoyer für den konstruktiven Umgang mit begründeter Kritik im Rundfunk. In: Menschen Machen Medien, Nr. 1, S. 14–15.

Herkendell, B. (2003) Robin, Tobin und die Gipfelstürmer. Sie sind das gute Gewissen, wenn der Staat versagt: Nicht-Regierungsorganisationen sind wichtiger denn je – die Politik reagiert zwiegespalten. In: Frankfurter Rundschau, 17. Dezember, S. 31.

Hermann, R. (2003) Das letzte Tabu. In der Türkei sorgen Enthüllungen über das Generalsekretariat des Sicherheitsrats für Wirbel. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 16. September, S. 12.

Heymach, K., Sporrer, S. (2007) Land der Dichter und Kämpfer. Verse können im Jemen Konflikte lösen. In: Süddeutsche Zeitung, 9.–10. Juni, S. 14.

Hieber, L. (1998) Media as Intervention. A Report from the Field. In: Track Two. Constructive Approaches to Community and Political Conflict, Vol. 7, Nr. 2.

Higgins, M. (1951) Kriegsschauplatz Korea. Das Tagebuch einer Kriegsberichterstatterin. Verlag der Parma-Edition, Frankfurt.

Hille, S. (2001) Am liebsten hätte man sie erschossen. In: Die Weltwoche, 8. März, S. 5.

Hilsmann, C. (1997) Chinabild im Wandel. Die Berichterstattung der deutschen Presse. Diplomarbeit, Katholische Universität Eichstätt.

Hirschfeld, M., Gaspar, A. (Hrsg) (1966) Sittengeschichte des Ersten Weltkrieges [1929]. 2. Aufl. Schustek-Verlag, Hanau.

Hirschfeld, M., Gaspar, A., Ziehlke, E. F., Rothweiler, H. (Hrsg) (1998) Sittengeschichte des Zweiten Weltkrieges. Die tausend Jahre von 1933–1945. Komet, Hanau.

Hirst, D. (2000) Der Fernsehsender Al-Jazeera setzt auf Qualität und Provokation. In: Le Monde Diplomatique (dt. Ausgabe), August, S. 3.

Hitler, A. (1939) Ansprache. Aufzeichnung Generaladmiral Boehm. In: Hohlfeld, J. (Hrsg.) (1953) Die Zeit der nationalsozialistischen Diktatur. Band V. Giersch, Berlin, S. 74–81.

Hocke, P. (1995) Determining the Selection Bias in Local and National Newspaper Reports on Protest Events. Paper presented at the Workshop »Protest Events Analysis: Methodology, Applications, Problems«, Wissenschaftszentrum Berlin, 12.–14. Juni.

Hofwiler, R. (2001) »An das edle Volk von Afghanistan«. In: taz. die tageszeitung, 17. Oktober, S. 17.

Hofwiler, R. (2001) Der Kampf um die Frequenzen. In: taz. die tageszeitung, 1. November, S. 18.

Hofwiler, R. (2001) Radioaktive Taliban. In: taz. die tageszeitung, 9. November, S. 18.

Hohlfeld, J. (Hrsg.) (1953) Die Zeit der nationalsozialistischen Diktatur. Band V. Giersch, Berlin, S. 74–81.

Hollenbach, G. (Hrsg) (1983) Medien und Kommunikation. Aus dem Arbeitsgebiet der Abteilung 32 »Kommunikationswesen«. GTZ, Eschborn.

Holtgrewe, U., Richter, B. (1991) Die Elektronisierung des Handels. Mit einem Vorwort von Jörg Becker. Hans-Böckler-Stiftung, Düsseldorf.

Holzer, A. (Hrsg) (2003) Mit der Kamera bewaffnet. Krieg und Fotografie. Marburg.

Holzer, A. (2003) Den Krieg sehen. Zur Bildgeschichtsschreibung des Ersten Weltkriegs. In: Holzer, A. (Hrsg) Mit der Kamera bewaffnet. Krieg und Fotografie. Jonas, Marburg, S. 57–70.

Holzer, A. (2012) Die andere Front. Fotografie und Propaganda im Ersten Weltkrieg. 3. Aufl. Primus, Darmstadt.

Hoppe, R. (2003) Die Front im Besenschrank. Wie ein afrikanischer Kriegsreporter den Krieg erfand. In: Der Spiegel, Nr. 16.

Horowitz, M. (1985) Ein Leben für die Zeitung. Der rasende Reporter Egon Erwin Kisch. ORAC, Wien.

Hossli, P. (2003) Das Megafon der Muslime. Unter: http://www.hossli.com/articles/2003/02/06/das-megafon-der-muslime-2, 6. Februar 2003; letzter Abruf am 16. Juni 2015.

Hoursch, S., Klenk, V. (2002) NGOs werden internationale Super-Marken. Studie zeigt: Wirtschaft muß mit NGOs kooperieren. In: Public Relations Forum, Nr. 4, S. 138–139.

Howard, M. (2001) Mit Volldampf in die Niederlage. In: taz. die tageszeitung, 7. November, S. 6.
Huber, M. (2005) Demokratieexport nach Osteuropa: US-Strategien in der Ukraine. In: Blätter für deutsche und internationale Politik, Nr. 12.
Hübener, K.-L. (2006) Musikalischer Jugendprotest in Lateinamerika. In: Becker, J., Oesterheld, W. (Hrsg) Unbequeme Kinder der Globalisierung. Musik als Instrument der Rebellion. DGB-Bildungswerk, Düsseldorf.
Huntington, S. (1993) The Clash of Civilizations? In: Foreign Affairs. Jg. 72, Nr. 3, S. 22–49.
Hroch, M., Skýbová, A. (1985) Ecclesia Militans. The Inquisition. Edition Leipzig, Leipzig.
Independent Task Force (2002) Public Diplomacy: A strategy for Reform. A Report of an.
Independent Task Force on Public Diplomacy. Council on Foreign Relations Washington, DC.
Innis HA (1972) Empire & Communications. Rev. edition. University of Toronto Press, Toronto.
Inowlocki, L. (1998) Verlockender Erhebungs-Fundamentalismus. Zur Problemkonstruktion: »türkische Jugendliche«. In: Babylon. Beiträge zur jüdischen Gegenwart, Nr. 188, S. 51–69.
InterKom (1993) Tyrannen, Aggressoren, Psychopathen. Deutsche Tageszeitungen und ihre Feindbilder. In: Löffelholz, M. (Hrsg) Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation. Westdeutscher Verlag, Opladen, S. 109–126.
International Fact-Finding Mission on the Conflict in Georgia (2009) Report. 3 Vols., The European Union, Brussels.
Inque, Y. (2007) Der Tod des Teemeisters. Suhrkamp, Frankfurt.
IPS (2003) Sind NGOs undurchsichtig? In: Kommunikation Global, Februar, S. 4.
Irmisch, A. (2011) Astroturf. Eine neue Lobbyingstrategie für Deutschland?, VS Springer, Wiesbaden.
Jäger, S. (1996) Propaganda mit Frauenschicksalen? Die deutsche Pressebericht-erstattung über Vergewaltigung im Krieg in Bosnien-Herzegowina. Diplomarbeit, Universität Konstanz.
James, S. (2001) Weshalb die USA den TV-Sender Al Jazeera in Kabul bombardierten. Unter: http://www.wsws.org/de/2001/nov2001/jaze-n28.shtml, 28. November; letzter Abruf am 16. Juni 2015.
Jennar, R. M. (2014) Vorsicht, Tisar! In: Le Monde Diplomatique. Dt. Ausgabe, September, S. 17.
Jobst-Rieder, M., Pfabigan Alfred, Wagner, M. (1995) Das letzte Vivat. Plakate und Parolen aus der Kriegssammlung der k. k. Hofbibliothek. Holzhausen, Wien.

Johnson, D. (2012) Nur eine militärische Intervention kann das Morden in Syrien beenden. Eingreifen! Jetzt!. In: taz. die tageszeitung, 16. Oktober.
Jolles, A. (1956) Einfache Formen. Legende, Sage, Mythe, Rätsel, Spruch, Kasus, Memorabile, Märchen, Witz. 2. Aufl. Niemeyer, Halle.
Jordan, A. G. (2001) Shell, Greenpeace and the Brent Spar. Palgrave, Basingstoke.
Joshi, P. (2014) Malala Yousafzai to be Presented Anne Frank Award for Moral Courage. Anne Frank Trust to Honour Pakistani Activist Shot by Taliban. Unter: http://www.ibtimes.co.uk/malala-yousafzai-be-presented-anne-frank-award-moral-courage-1434380; letzter Abruf am 1. Juni 2015.
Youth Radio (1998) E-mails from Kosovo. Unter: http://web.archive.org/web/20000229140321/http://cnn.com/SPECIALS/1998/10/kosovo/email/archive.html; letzter Abruf am 17. Mai 2015.
Karadžić, V. S. (1980) Serbische Volkslieder. Aus dem Serbischen übersetzt von Therese Albertine Luise von Jakob. Reclam Verlag, Leipzig.
Karahasan, D. (2007) Berichte aus einer dunklen Welt, Suhrkamp, Frankfurt.
Katovsky, B., Carlson, T. (2003) Embedded – The Media at War in Iraq: An Oral History. Lyons Press, Guilford.
Kauffmann, H. (1978) Die Militarisierung des Kindes. Aggressives Spielzeug und Gesellschaftsstruktur. In: Becker, J., Kauffmann, H., Oberfeld, C. (Hrsg) Zwischen Utopie und Heiler Welt. Zur Realismusdebatte in Kinder- und Jugendmedien. Haag + Herchen Verlag, Frankfurt, S. 253–303.
Kayar, M. (2003) Türk Amerikan Iliskilerinde Irak Sorunu. IQ Yayincilik, Istanbul.
Kaymaz, I. S. (2003) Musul Sorunu. Otopsi Yayinlari, Istanbul.
Kazmierczak, L. (2005) Immer mehr Niederländer gegen EU-Verfassung. In: tagesschau.de vom 24. Mai 2005. Unter: http://www.tagesschau.de/ausland/meldung181294.html; letzter Abruf am 3. Oktober 2007.
Kegel, S. (2003) Im Krieg findet jeder zu seiner eigenen Wahrheit. Eine Untersuchung über das Fernsehen in Zeiten der Bilderschlachten. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 14. April, S. 42.
Kegel, T. (1986) Krieg dem Krieg! Ernst Friedrich – Anarchist und revolutionärer Antimilitarist. In: Graswurzelrevolution, Heft 115.
Kegel, T. (1991) Ernst Friedrich: Anarchistische Pädagogik in Aktion. In: Klemm, U. (Hrsg) Anarchismus und Pädagogik. Studien zur Rekonstruktion einer vergessenen Tradition. dipa-Verlag 1991, Frankfurt, S. 126–137.
Keune, R. (2001) UN-Krisenmanagement und Medien. In: Kommunikation Global, Juli, S. 33–35.
Kilian, M. (2001) Larry Flint, Pornokönig und Kämpfer für Pressefreiheit, über Zensur und seine jüngste Klage gegen die amerikanische Regierung. In: Die Weltwoche, 13. Dezember, S. 5.

Kirkpatrick, D., Sanger, D. (2011) A Tunisian-Egyptian Link That Shook Arab History. In: The New York Times, 13. Februar.
Kirkpatrick, D. (2014) Qatar's Support of Islamists Is Attacked. In: The New York Times. International Weekly, 12. September, S. 1 und 4.
Kirschke, L. (1996) Broadcasting Genocide. Censorship, Propaganda & State Sponsored Violence in Rwanda 1990–1994. Article 19, London.
Kirschke, L. (2000) Multiparty transitions, elite manipulation and the media: reassessing the Rwandan genocide. In: Vierteljahresschrift für Sicherheit und Frieden, Nr. 3, S. 238–244.
Kisch, E. E. (1922) Als Soldat im Prager Korps. André, Leipzig.
Klabund (1923 Pjotr. Roman eines Zaren. Insel-Verlag, Leipzig.
Klaus, E., Kassel, S. (2003) Frauenrechte als Kriegslegitimation in den Medien. In: Eckstein K,.
Neissl, J., Arzt, S., Anker, E. (Hrsg) Männerkrieg & Frauenfrieden. Geschlechterdimensionen in kriegerischen Konflikten. Promedia, Wien.
Klotz, V. (1982) Erzählen als Enttöten. Vorläufige Notizen zu zyklischem, instrumentalem und praktischem Erzählen. In: Lämmert, E. (Hrsg) Erzählforschung. Metzler, Stuttgart, S. 319–334.
Knaup, H. (1996) Hilfe, die Helfer kommen. Karitative Organisationen im Wettbewerb um Spenden und Katastrophen. Beck, München.
Knaus, J. K. (2003) Official Policies and Covert Programs: The U. S. State Department, the CIA and the Tibetan Resistance. In: Journal of Cold War Studies, Nr. 3, S. 54–79.
Knieper, T., Müller, M. G. (Hrsg) (2005) War Visions. Bildkommunikation und Krieg. Von Halem Verlag, Köln.
Kocks, K. (2003) PR und Publizistik: Der Parasit mutiert zum Wirtstier. In: Neues Deutschland, 5.–6. April, S. 13.
Kolonko, P. (2015) Wie Xi Jinping von Putin lernte. China bekämpft westliche NGO. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 5. Juni, S. 5.
Krems, O. (2003) Der Black-Out-Kontinent. Diss. Phil., Münster.
Krempl, S. (2004) Krieg und Internet. Ausweg aus der Propaganda? Heise, Hannover.
Knipping, A. (2005) Eisenbahn im Krieg: Im Dienste des Militärs 1848–1948. Gera-Mond, München.
Knowlton, B. (2002) A rising anti-American tide. In: International Herald Tribune, 5. Dezember, S. 1, 8–9.
Kobelt, E. (1998) Unparteiische Information – ein Grundbedürfnis. Radio als Friedensinstrument. In: Der Bund, 11. Juli.
Kocks, K. u. a. (2003) Vom gerechten Krieg. Berichterstattung der deutschen Presse zum Irakkrieg. Lit-Verlag, Münster.

König, R. (1984) Leben im Widerspruch. Versuch einer intellektuellen Autobiographie. Ullstein, Frankfurt, S. 247–277.
Kommentar zum Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland (1984), Bd. 1. Luchterhand, Neuwied.
Konstantinović, Z. (1997) Deutsch-serbische Begegnungen: Überlegungen zur Geschichte der gegenseitigen Beziehungen zweier Völker. Edition Neue Wege, Berlin.
Konstantinović, Z., Schubert, G., Zwiener, U. (Hrsg) (2003) Serben und Deutsche. Traditionen der Gemeinsamkeit gegen Feindbilder. Srbi i Nemci. Tradicije zajednistva protiv predrasuda, Palm & Enke, Jena.
Koschnik, H. (2001) Vorwort. In: Deutsche Stiftung für UNO-Flüchtlinge (Hrsg) Flucht in die Zukunft – Bosnien nach dem Krieg. Benteli-Verlag, Bern.
Kosthorst, E., Walter, B. (1995) Die Zerstörung von Recht und Menschlichkeit in den Konzentrations- und Strafgefangenenlagern des Emslandes 1933–1945. Materialien für den Geschichtsunterricht. Eine didaktische Bearbeitung. 3. Aufl. Landkreis Emsland, Papenburg.
Kotte, H. (1988) Das Parlament der Straße. Berichte von den Philippinen 1983–1987. Fischer, Frankfurt.
Kraft, E. (2000) Ivo Andrić – ein geistiger Brandstifter? In der Inquisition treffen sich Nationalisten aller Lager. In: Neue Zürcher Zeitung, 1. April, S. 65.
Krämer, F., Lehrke, G. (1996) Medienförderung in Entwicklungsländern. Der Beitrag deutscher Stiftungen. In: Kriener, M., Meckel, M. (Hrsg) Internationale Kommunikation. Westdeutscher Verlag, Opladen, S. 105–124.
Krahe, D. (2010) Nigeria's Silver Screen. Nollywood's Film Industry Second only to Bollywood in Scale. In: Spiegel Online, 23. April. Unter: http://www.spiegel.de/international/world/0,1518,690344,00.html; letzter Abruf am 23. Juni 2010.
Krasny, E., Patka, M., Rappf, C., Rappf-Wimberger, N. (Hrsg) (1999) Die Fotografin und Reisejournalistin Alice Schalek. Mandelbaum, Wien.
Krell, G. (2004) Stichwort Feminismus. In: Weltbilder und Weltordnung. Einführung in die Theorie der internationalen Beziehungen. 3., erw. Aufl. Nomos, Baden-Baden, S. 311–343.
Kremp, H. (2001) Welteroberer Islam. Im Anspruch eines Gottesstaates ›ohne Grenzen‹ erfüllt sich die Tragödie einer großen Religion, die über eine Milliarde Gläubige zählt. In: Rheinische Post, 28. Dezember.
Krippendorff, E. (2010) Goethes Liebe zum Islam. In: Blätter für deutsche und internationale Politik, Nr. 2, S. 114–116.
Kröter, T. (2007) Kosovo droht wieder Krieg. In: Frankfurter Rundschau, 18. Juli, S. 1.
Krüger, U. (2013) Meinungsmacht. Der Einfluss von Eliten auf Leitmedien und Alpha-Journalisten – eine kritische Netzwerkanalyse. von Halem, Köln.

Krumeich, G. (1994) Kriegsfotografie zwischen Erleben und Propaganda. Verdun und Somme in deutschen und französischen Fotografien des Ersten Weltkriegs. In: Daniel, U., Siemann, W. (Hrsg) Propaganda. Meinungskampf, Verführung und politische Sinnstiftung 1789–1989. Fischer Taschenbuch, Frankfurt, S. 117–132.

Krumeich, G. (2004) Vorwort. In: Friedrich, E. (Hrsg) Krieg dem Kriege. DVA, München.

Kubbig, B. W. (Hrsg) (2003) Brandherd Irak. Campus, Frankfurt.

Kühnel, R. (2007) Kultur als Komponente der Außenpolitik von Europa? Vortrag auf der Konferenz »kultur.macht.europa.« der Kulturpolitischen Gesellschaft. Berlin, 7.–8. Juni.

Kühnl, R. (1985) Zur Dialektik von Eroberung und Befreiung. In: Garber, J., Schmitt, H. (Hrsg) Die bürgerliche Gesellschaft zwischen Demokratie und Diktatur. Festschrift zum 65. Geburtstag von Prof. Dr. Walter Grab. Verlag Arbeiterbewegung und Gesellschaftswissenschaft, Marburg.

K. u. u. g. e. l. (Hrsg) (2003) Bildverbot. Triton, Wien.

LAG Friedenswissenschaft NRW (Hrsg) (1999) … nach dem Krieg ist vor dem Krieg … Kosovo-Forum. Hagen.

Lamszus, W. (1980) Das Menschenschlachthaus. Bilder vom kommenden Krieg (1912). Neu herausgegeben von Johannes Merkel und Dieter Richter. Weismann Verlag, München.

Langhoff, W. (1973) Die Moorsoldaten. Verlag Neuer Weg, Tübingen.

Langner, S. (2003) Das aktuelle China-Bild der Deutschen. Ergebnisse von Umfragen in Bildung, Kultur und Wirtschaft. Diplomarbeit, Universität Mainz.

Lasch, C. (1979) The Culture of Narcissism. American Life in an Age of Diminishing Expectations. Norton & Co, New York.

Lasch, C. (1995) The Revolt of the Elites and the Betrayal of Democracy. Norton & Co, New York.

Laughland, J. (2009) Die Technik des Staatsstreichs – Operation Regimewechsel. Umbrüche erfolgen zuweilen nicht ganz so spontan wie geglaubt. In: eigentümlich frei, Nr. 96, S. 24–37.

Lavery, B. (2006) At a Dublin pub, an Irish tradition springs to life. In: International Herald Tribune, 27. April, S. 2.

Lefranc, B. (2009) Un voile. Un certain moi de juin, Michalon Éditions, Paris.

Leggewie, C. (1992) Europa in den »United Colors of Benetton«. Ein Multikultur-Marktbericht. In: Kunstforum, Bd. 118, S. 147–157.

Lehmann, I. A. (1999) Peacekeeping and Public Information in the Crossfire. Frank Cass., London.

Lehner, G. (2007) Zwischen Hitler und Himalaya. Die Gedächtnislücken des Heinrich Harrer. 2. Aufl. Czernin Verlag, Wien.

Leidinger, C. (2003) Medien – Herrschaft – Globalisierung. Folgenabschätzung zu Medieninhalten im Zuge transnationaler Konzentrationsprozesse. Westf. Dampfboot, Münster.

Lemmon, G. T. (2012) The Malala's You'll Never Meet. Unter: http://www.cfr.org/afghanistan/malalas-youll-never-meet/p29271; letzter Abruf am 1. Juni 2015.

Lenz, W. (1970) Neuestes elegantes Conversations-Lexikon für Gebildete aus allen Ständen anno 1843. Bertelsmann Lexikon-Verlag, Gütersloh.

Lepenies, W. (2010) Modernisierungshektik am Hindukusch. In: Die Welt, 28. Januar, S. 23.

Lerner, D. (1958) The Passing of Traditional Society. Free Press, New York.

Leuschen, L. (2001) Die US-Spaßgesellschaft macht erst mal Pause. In: Solinger Tageblatt, 25. Oktober, S. 5.

Levy, D., Sznaider, N. (2001) Erinnerung im globalen Zeitalter: Der Holocaust. Suhrkamp, Frankfurt.

Leyendecker, H. (2009) Zwieback für den Tiger. Gutachter Wickert: Die Deutsche Welle hatte kein China-Problem, sondern reagierte vorschnell auf öffentlichen Druck. In: Süddeutsche Zeitung, 25. März, S. 15.

Liegl, P., Kempf, W. (1994) Die Auseinandersetzung mit der bundesdeutschen Friedensbewegung. In: Kempf, W. (Hrsg) Manipulierte Wirklichkeiten. Medienpsychologische Untersuchungen der bundesdeutschen Presseberichterstattung im Golfkrieg. Lit-Verlag, Münster, S. 122–138.

Lindner-Wirsching, A. (2006) Patrioten im Pool: Deutsche und französische Kriegsberichterstatter im Ersten Weltkrieg. In: Daniel, U. (Hrsg) Augenzeugen. Kriegsberichterstattung vom 18. zum 21. Jahrhundert. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen, S. 113–140.

Littell, J. (2008) Georgisches Reisetagebuch. Berlin Verlag, Berlin.

Littell, J. (2012) Notizen aus Homs. 16. Januar – 2. Februar 2012. Hanser, Berlin.

Locke, W. N. (1956) Translation by Machine. In: Scientific American, Nr. 1, S. 29–33.

Loyola School of Theology (Hrsg) (1996) The »Miracle« of the Philippine Revolution. Interdisciplinary Reflections. Ateneo de Manila University, Manila.

Luther, P. (2011) Genehm und gratis. Die chinesische Agentur Xinhua macht Nachrichten für die ganze Welt5 In: Le Monde Diplomatique (dt. Ausgabe), April, S. 11.

Luostarinen, H. (2003) Illusions and lessons of neutrality: Finland between East and West. Paper presented in the conference »News media as mediators of democratization, peace-building and reconciliation in post-war societies«. Universität Konstanz, 28.–30. November.

Ludes, P. (1998) Einführung in die Medienwissenschaft. Berlin.

Lu Xun (1999) Die wahre Geschichte des Herrn Jedermann. In: ders. Applaus. Unionsverlag, Zürich, S. 104–164.

MacArthur, J. R. (1993) Die Schlacht der Lügen. Wie die USA den Golfkrieg verkauften. dtv, München.

Maletzke, G. (1996) Interkulturelle Kommunikation. Westdeutscher Verlag, Opladen.

Mappes-Niediek, N. (1999) Die Unparteiischen. UNO und OSZE wollen mit Pristina-TV einen unabhängigen Fernsehsender im Kosovo errichten. In: Berliner Zeitung, 10. September 1999.

Mappes-Niediek, N. (2003) Erzählungen vom Vermieter. Auktoriale Perspektive. Ivo Andrićs Erzählungsband »Die verschlossene Tür«. In: Freitag, 10. Oktober.

Marcuse, H. (1969) Versuch über die Befreiung. Suhrkamp, Frankfurt.

Mari, J.-P. (2004) Two Murders and a Lie. Unter: www.rsf.org/IMG/pdf/iraq_report.pdf; letzter Abruf am 16. Juni 2015.

Marx, K. (1971) Die Frühschriften. Von 1837 bis zum Manifest der kommunistischen Partei 1848. Landshut, F. (Hrsg). Kröner, Stuttgart.

Massarrat, M. (2003) Friedensmacht Europa. Die neue Ordnung im Nahen und Mittleren Osten nach dem Irakkrieg. In: Frankfurter Rundschau, 27. März, S. 7.

Mater, G. (2001) Pentagon says attack on Al Jazeera bureau in Kabul was missile gone ›awry‹. Unter: www.freedomforum.org/templates/document.asp?documentID=15375.

Matter, M. (1992) »Beim Barte des Propheten«. Gedanken zur Bedeutung der Haare in der türkischen Gesellschaft. In: Hessische Blätter für Volks- und Kulturforschung, Nr. 29, S. 116 ff.

Mause, L. d. (1984) Reagans Amerika. Eine psychohistorische Studie. Aus dem Amerikanischen von Jürgen Freund und Klaus Theweleit. Stroemfeld/Roter Stern, Basel und Frankfurt.

May, K. (1996) Im Lande des Mahdi I. Haffmanns Verlag, Zürich.

Mayer, L., Schmid, F., Schuhler, C. (2015) Umbruch im globalen Kapitalismus. Abstieg der G7-Metropolen – Aufstieg der Schwellenländer. Institut für sozialökologische Wirtschaftsforschung, München.

McKinsey, stern, T-Online und ZDF (2003): Perspektive Deutschland. Kurzbericht 2003. McKinsey, Berlin.

Media Action International (Hrsg) (1998) Strengthening Lifeline Media in Regions of Conflict. Summary Report, Versoix (mimeo).

Media Tenor (2008) Tibet winning Agenda Setter Award 08. Media Image of Tibet in International TV Media. Vortrag auf der 9th International Agenda Setting Conference, Zürich, 3.–5. Dezember.

Medica Mondiale (Hrsg) (2004) Sexualisierte Kriegsgewalt und ihre Folgen. Mabuse, Frankfurt.

Medien-Tenor (Hrsg) (2003) TV-Berichterstattung über den Irakkrieg. Medien-Tenor, Bonn.

Mei, Z. (1994) Radio UNTAC of Cambodia. Winnig Ears, Hearts and Minds. White Lotus, Bangkok.
Mejias, J. (2001) Für Bush würden sie sogar Latrinen putzen. Journalisten und Werbeleute als Adjutanten: Amerikas Werbekrieg gegen einen überraschend abwehrstarken Gegner. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 23. Oktober, S. 51.
Menzel, U. (2003) Der Krieg um die Rente. In: Frankfurter Rundschau, 28. November, S. 8.
Merlino, J. (1999) »Da haben wir voll ins Schwarze getroffen«. Die PR-Firma Ruder Finn. In: Bittermann, K. (Hrsg) Serbien muss sterbien. Wahrheit und Lüge im jugoslawischen Bürgerkrieg. 4. Aufl. Ed. Tiamat, Berlin.
Metzger, A. (2001) Märtyrer ohne Zeugen. In Jordanien wächst der Hass auf Amerika. In: Die Zeit, 22. November, S. 9.
Meyer, T. (2001) Mediokratie. Die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Suhrkamp, Frankfurt.
Meyerhoff, J. (1993) Lokaljournalismus in Krisenzeiten: Der Fall Solingen. In: Zeitschrift für Kulturaustausch, Nr. 4, S. 572–575.
Meyssan, T. (2009) Schlachtfeld Telekommunikation. In: Elsässer, J. (Hrsg) Iran. Fakten gegen westliche Propaganda. Homilius, Berlin S. 40–46.
Mikich, S. (1997) Düstere Lektionen. Über die Arbeit als Kriegsberichterstatterin. In: amnesty international. Jahresbericht 1996, Köln, S. 48–49.
Miller, L. (2013) Krieg. Mit den Alliierten in Europa. 1944–1945. Reportagen und Fotos. Edition Tiamat, Berlin.
Minkwitz, O., Schöfbänker, G. (2000) Information Warfare: Die Rüstungskontrolle steht vor neuen Herausforderungen. In: Österreichische Militärische Zeitschrift, Nr. 5, S. 587–594.
Miraki, M. D. (2006) Afghanistan. After »Democracy«. The untold story through photographic images. Selbstverlag, Chicago.
Moll, S. (2014) Die Lüge im Golf von Tonkin. Vor 50 Jahren begann der Vietnam-Krieg. In: Frankfurter Rundschau, 2./3. August, S. 8 und 9.
MONITOR (1992) TV-Magazinsendung in der ARD, 30. März.
Moore, W. E., Tumin M. M. (1949) »Some Social Functions of Ignorance«. In: American Sociological Review, Vol. 14, S. 787–795.
Moorstedt, T., Schrenk, J. (2001) Nur noch eine Meinung auf der Welt. In: Die Tageszeitung, 3./4. November, S. 17.
Moritz, T. (2001) Einsame Zweifler. Der Umgang mit dem angeblichen serbischen Hufeisenplan zeigt, wie unkritisch die deutschen Medien bis heute in Sachen Kosovo agieren. In: taz. die tageszeitung, 6. April.
Moss, S. (2001) Die Party nach der Stille. Die Taliban gehen, die Musik kehrt zurück. In: Die Woche, 23. November, S. 35.

Mowlana, H. (1986) Global Information and World Communication. New Frontiers in International Relations. Longman, New York.

Mühlmann, S. (2001) Der Westen sieht Bin Laden durch seinen selbstgefälligen Auftritt überführt. Ist dies nun der Beweis, auf den die ganze Welt gewartet hat? Zweifel in den islamischen Staaten an der Echtheit des Videos. In: Die Welt, 15. Dezember, S. 7.

Müller, T., Vougioukas, J. (2009) Die zwei Gesichter des Dalai Lama. Der sanfte Tibeter und sein undemokratisches Regime. In: Stern, 30. Juli, S. 26–39.

Müller, K. (2003) Grundsatz-Entscheidung. In: ai-journal, Nr. 10, S. 3.

Müller-Ullrich, B. (1996) Medienmärchen. Gesinnungstäter im Journalismus, Blessing, München.

Munyaneza, J. (1999) Hate Media – Peace Media. In: Mediaforum. Special Edition, Nr. 3/4, S. 35–40.

Murphy, D. (1986) Church media play a vital role. In: Media Development, Nr. 4, S. 20–21.

Musy, J. (1999) Schwalbe im Kosovo. In: Wochenzeitung, 29. Juli.

Naggar, M. (2008) Kochtipps von der Hisbollah. Heiliger Ramadan? In der arabischen Welt entwickelt sich der Fastenmonat immer mehr zu einer Zeit des Fernseh-, Nasch- und Kaufrauschs. In: Süddeutsche Zeitung, 20./21. September, S. 18.

Najemnik, N. (2013) Die Ambivalenzen der türkischen Feminismen. Eine Analyse aus postkolonial-feministischer Perspektive. Magistra-Arbeit an der Universität Wien, Wien.

Neuberger, G., Opperskalski, M. (1982) CIA im Iran. Die Geheimdokumente aus der Teheraner US-Botschaft. Mit einem Vorwort von Mostafa Danesch. Lamuv, Bornheim-Merten.

Niedringhaus, A. (2001) At war. Hatje Cantz, Ostfildern.

Niehr, T. (1996) »DER SPIEGEL« und die Asylanten. Über eine angebliche Wende in der Wortwahl eines deutschen Nachrichtenmagazins. In: Sprache und Literatur, Nr. 78, S. 84–92.

Niewöhner, F. (2001) Vernunft als innigste Ergebenheit in Gott. Lessing und der Islam. In: Neue Zürcher Zeitung, 10.–11. November, S. 83.

Nimmo, K. (2014) Der ISIS und der Plan, den Mittleren Osten zu balkanisieren. Unter: http://www.luftpost-kl.de/luftpost-archiv/LP_13/LP14414_120914.pdf; letzter Abruf am 16. Juni 2015.

Nitschmann, J. (2001) Journalistischer Ausnahmezustand. In: Menschen-Machen-Medien, Nr. 10, S. 6.

N. N. (1949) Die Nuba. In: Der Stern, Nr. 51 vom 18. Dezember, S. 11–13.

N. N. (1992) Babymord eine PR-Lüge. In: Frankfurter Rundschau, 1. April [Dieser Beitrag ist bei fr-online nicht mehr abrufbar.].

N. N. (1999) In Kriegszeiten schnellen die Einschaltquoten der News-Sendungen in die Höhe. In: Handelsblatt, 13. April, S. 43.
N. N. (2001a) Al Jazeera's Kabul office destroyed. Unter: http://www.guardian.co.uk/media/2001/nov/13/terrorismandthemedia.afghanistan, 13. November; letzter Abruf am 28. Mai 2015.
N. N. (2001b) Washington bitte Hollywood um Hilfe im Krieg. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 14. November, S. 48.
N. N. (2001c) Folge des Terrors: Werbeeinbußen vor allem bei TV-Sendern. In: Die Welt, 12. Oktober, S. 33.
N. N. (2001d) Joop vermisst Twin Towers nicht. In: Solinger Tageblatt, 16. Oktober, S. 10.
N. N. (2001e) Gegen den Krieg in Afghanistan. In: Rheinische Post, 18. Oktober.
N. N. (2001f) »Stars and Stripes« auf T-Shirts und Gardinen. Wie US-Werbestrategen den Patriotismus vermarkten. In: Neue Zürcher Zeitung, 12. November.
N. N. (2001g), Neue Zürcher Zeitung, 10./11. November, S. 2.
N. N. (2002a) Khatami: US, Taleban make ›dangerous pair of scissors‹. In: The Daily Star (Beirut, Libanon), 13. Dezember, S. 5.
N. N. (2002b) Wirbel nach scharfen Putin-Aussagen. In: http://derstandard.at/1129810/Wirbel-nach-scharfen-Putin-Aussagen; letzter Abruf am 9. Mai 2015.
N. N. (2003) Das Magazin ›Hi‹ ist in Kairo nicht ›in‹. Die USA auf der Suche nach der arabischen Jugend. In: Neue Zürcher Zeitung, 10. Oktober.
N. N. (2007) Pentagon erfand Kriegshelden. In: Tiroler Tageszeitung, 26. April, S. 11.
N. N. (2008a) Materials on the March 14 Incident in Tibet. Vol. I, Foreign Languages Press, Beijing.
N. N. (2008b) Independent International Fact-Finding Mission on the Conflict in Georgia. Report. 3 Volumes. In: Official Journal of the European Union (http://www.ceiig.ch), 3. Dezember.
N. N. (2010), Die Welt, 28.1., S. 23.
N. N. (2012a) »Krieg ist nie fair«. In: Der Spiegel, Nr. 31.
N. N. (2012b) »Frauen im bewaffneten Kampf«. In: Südwind-Magazin, Nr. 7-8, S. 35–43.
Noll, N. (2012) Der Libyenkrieg. Die Aushebelung des Völkerrechts mit Hilfe von Propaganda. Diplomarbeit, Universität Marburg.
Nordenstreng, K. (Hrsg) (1995) Reports on Media Ethics in Europe. University of Tampere, Department of Journalism and Mass Communication, Tampere.
Nowak, P. (2001) Offene Kanäle, taube Ohren. In: taz. die tageszeitung, 5. November, S. 7.
Nüsse, A. (2001) Rasch zurück zu anderen Nachrichten. Das Bin-Laden-Video stößt in der islamischen Welt auf ein geringes Echo. In: Frankfurter Rundschau, 15. Dezember, S. 5.

Oberlander, C. (2008) Die Darstellung der Unruhen in Lhasa vom 14. 03. 2008 in den chinesischen Medien am Beispiel der Tageszeitungen Renmin Ribao, Nanfang Dushi Bao und Wen Wei Po. Bachelor-Arbeit, Institut für Sinologie der Universität Würzburg.

Ochs, J. (2000) Omnipräsenter PR-Guru. In: Frankfurter Rundschau, 3. Februar.

Odehnal, B. (2000) Wie sag ich's meinem Feind? Die Schweiz finanziert in Pristina ein freies Radio, die Kosovaren hören weg. In: Die Weltwoche, 4. Mai.

Ohde, C. (1994) Der Irre von Bagdad. Zur Konstruktion von Feindbildern in überregionalen deutschen Tageszeitungen während der Golfkrise 1990/91. Peter Lang Verlag, Frankfurt.

Ohmstedt, H. (1993) Von der Propaganda zur Public Diplomacy. Die Selbstdarstellung der Vereinigten Staaten von Amerika im Ausland vom Ersten Weltkrieg bis zum Ende des Kalten Krieges, Diss. Phil., München.

Onadipe, A., Lord, D. (1999) African Media and Conflict. Conciliation Resources (mimeo), London.

Ondracek, C. (2001) Kriegsberichterstattung: Official Source Industry. In: Message, Nr. 2, S. 112–117.

Open Society Institute (Hrsg) (2001) The Use of Information and Communication Technologies by Non-Governmental Organizations in Southeast Europe. A Joint Study by the Southeast Europe Initiative of OneWorld International and the Information Programme of the Open Society Institute. Open Society Institute, Budapest.

Orozsco Gómez, G., Vassallo de Lopes, M. I. (Hrsg) (2009) Television Fiction in Ibero-America. Narratives, Formats and Advertising. Yearbook 2009. São Paulo.

Orwell, George (1950) 1984. Diana, Baden-Baden.

Oschlies, W. (o. J.) Das kroatische KZ Jasenovac. Unter: http://www.shoa.de/content/view/231/231; letzter Abruf im September 2007.

Oxfam (2005) http://www.oxfam.de/a_zusatzseite.asp?id=79; letzter Abruf am 23. September 2005.

Oy, G. (2001) Die Gemeinschaft der Lüge. Medien- und Öffentlichkeitskritik sozialer Bewegungen in der Bundesrepublik. Münster.

Packard, V. (1957) The Hidden Persuaders. David McKay, New York.

Pamuk, O. (2003) Wir Türken fühlen uns nicht bedroht von Saddam. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 15. Februar, S. 33.

Pandolfi, M. (2000) L'industrie humanitaire: une souveraneté mouvante et supracoloniale. Réflexion sur l'expérience des Balkans. In: Multitudes. Une revue trimestrielle, politique, artistique et culturelle, Nr. 3, S. 97–105.

Paterson, C. (2006) The Failure of International Law in the Protection of Media Workers in Iraq. Paper Prepared for Presentation at the International Association

for Media and Communication Research, The American University in Cairo, Ägypten, 23.–29. Juli.
Paul, G. (2004) Bilder des Krieges – Krieg der Bilder. Schöningh, Paderborn.
Payr, G., Sülzer, R. (1981) Landwirtschaftliche Beratung. 2 Bd. GTZ, Eschborn.
Permoser, B. (1714) Der ohne Ursach verworffene und dahero von Rechtswegen auff den Thron der Ehren wiederum erhabene Barth, bey jetzigen ohnbärtigen Zeiten sonder alle Furcht zu männiglichem Wohl und Vergnügen ausgefertiget; samt Anhang und einem schönen, lustig und ausführlichen Real-Discurs von den Bärthen, Frankfurt und Leipzig. Neff, Reprint Wien.
Perren-Klingler, G. (2004) Gewalterfahrungen und präventive Hintergründe. In: Perren-Klingler, G. (Hrsg) Debriefing. Erste Hilfe durch das Wort. Hintergründe und Praxisbeispiele. 2. Aufl. Haupt, Bern.
Peters HP (1991) Warner oder Angstmacher? Thema Risikokommunikation. In: Funkkolleg. Medien und Kommunikation. Konstruktion von Wirklichkeit. Studienbrief 9, Tübingen, S. 74–108.
Peterson, P. G. (2002) Public Diplomacy and the War on Terrorism. In: Foreign Affairs. Vol. 81, September/Oktober.
Petzold, D. (2012) Der Kaiser und das Kino. Herrschaftsinszenierung, Populärkultur und Filmpropaganda im Wilhelminischen Zeitalter. Schöningh, Paderborn.
Pies, J. (2008) »I can watch both sides«. Media use among young Arabs in Germany. In: al-Hamarneh, A., Thielmann, J. (Hrsg) Islam and Muslims in Germany. Brill, Leiden, S. 395–421.
Pilger, J. (2004) Verdeckte Ziele. Über den modernen Imperialismus. Zweitausendeins, Frankfurt.
Pinder, W. (1926) Das Problem der Generation in der Kunstgeschichte Europas. Frankfurter Verlags-Anstalt, Berlin.
Pingeot, L., Obenland, W. (2014) In wessen Namen? Ein kritischer Blick auf die »Schutzverantwortung«. Wissenschaft & Frieden, Bonn (= Beilage zu Wissenschaft und Frieden, 3/2014).
Pinn, I. (1998) Verlockende Moderne? Türkische Jugendliche im Blick der Wissenschaft. Duisburger Institut für Sprach- und Sozialforschung, Duisburg.
Platon (1970) Meisterdialoge. Phaidon, Symposion, Phaidros. Eingeleitet von Olof Gigon. Ex Libris, Zürich.
Platthaus, A. (1999) Von der Geschichte gezeichnet. Am Beispiel Bosniens: Im Krieg gibt es kein objektives Bild, doch die Comiczeichner bemühen sich angesichts des Grauens um neue Reportageformen. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 8. April, S. 56.
Poenicke, A. (2001) Afrika in deutschen Medien und Schulbüchern. Konrad-Adenauer-Stiftung, St. Augustin.

Poerner, M. (2009) »Das olympische Feuer brennt. Und mit ihm lodert das Misstrauen«. Die Chinaberichterstattung während der Olympischen Sommerspiele in Beijing 2008. In: Journal of Current Chinese Affairs, Nr. 1, S. 161–180.
Pöttker, H. (1999) Initiative Nachrichtenaufklärung: Zwölf Thesen über das öffentliche (Ver)Schweigen, in: Ludes, P., Schanze, H. (Hrsg): Medienwissenschaften und Medienwertung. Westdeutscher Verlag, Opladen, S. 161–169.
Pötzl, N. F. (1998) Schlechtes Image. In: Spiegel Special, Nr. 1.
Popitz, H. (1968) Über die Präventivwirkung des Nichtwissens. Mohr, Tübingen.
Postman, N. (1982) The Disappearance of Childhood. Delacorte Press, New York.
Polman, L. (2005) Der Hilfe-Supermarkt. Humanitäre Organisationen, Geschäfte, Medien und Kriegsparteien. In: Lettre International, Sommer, S. 25–32.
Pournazaree, A. (2011) Fighters of Invisible War. Investigative Insight into the Development of Female Armed Forces in the Islamic Republic of Iran. In: Latzel, K., Maubach, F., Satjukow, S. (Hrsg) Soldatinnen. Gewalt und Geschlecht. Schöningh, Paderborn S. 443–464.
Powers, W. (2001) State Department works to create brand of the free. In: National Journal, 16. November.
Prause, S. (2004) Jessica Lynch: Gerettet in der Not oder Retterin in der Not? Politikdarstellung für die Medien. Lit-Verlag, Münster.
Precht, R. D. (2001) Die deutsche Betroffenheit. Kommentar in der Sendereihe »Kritisches Tagebuch« von WDR 3, 13. September.
Priller, E., Sommerfeld, J. (2005) Wer spendet in Deutschland? In: WZB-Mitteilungen, Juni, S. 36–39.
Prokop, D. (1981) Medien-Wirkungen. Suhrkamp, Frankfurt.
Prokop, D. (2000) Kriegsberichterstattung, Opfer-Bilder. In: Prokop, D. Der Medienkapitalismus. Das Lexikon der neuen kritischen Medienforschung. VSA, Hamburg, S. 31–57.
Prokop, D. (2001) Der Kampf um die Medien. Das Geschichtsbuch der neuen kritischen Medienforschung. VSA, Hamburg.
Rafetseder, H. (1988) Bücherverbrennungen. Die öffentliche Hinrichtung von Schriften im historischen Wandel. Böhlau-Verlag, Wien.
Ragenfeld-Feldmann, N. v. (1997) The Victimization of Women. Rape and the Reporting of Rape in Bosnia-Herzegovina 1992–1993. In: Dialogue (Paris), Nr. 21, S. 3–26.
Ramm, G. (1985) Unterschiede der Bildperzeption in Kulturen der Dritten Welt, Magisterarbeit an der Universität Osnabrück.
Ramonet, I. (1999) Die Kommunikationsfalle. Macht und Mythen der Medien. Rotpunktverlag, Zürich.
Ramonet, I. (2001) Aus einer neuen Welt. In: Le Monde Diplomatique (dt. Ausgabe), Dezember.

Ramonet, I. (2003) Nützliche Lügen. In: Becker, J. (Hrsg) Medien im Globalisierungsrausch. Kommt die Demokratie unter die Räder? DGB Bildungswerk, Düsseldorf S. 11–12.

Rath, C. (2001) »Im Krieg gibt es Regeln«. Völkerrechtler Michael Bothe zur Pflicht der Bundeswehr, sich nur an völkerrechtlich korrekten Einsätzen zu beteiligen. In: taz. die tageszeitung, 8. November, S. 4.

Rathfelder, E. (2007) Unaufhaltsame Eskalation. In: taz. die tageszeitung, 27. Juli, S. 11.

Ratscheewa, E. (2001) Hymne auf den russischen Bart. Unter: http://www.mdz-moskau.de/Feuilleton/2001/10/12/14.39.29.htm.

Reich-Ranicki, M. (2001) Mein Leben. 3. Aufl. dtv, München.

Reiss, E. (1979) Wir senden Frohsinn. Fernsehen unterm Faschismus. Elefanten-Press-Verlag, Berlin.

Reljic, D. (1998) Killing Screens. Medien in Zeiten von Konflikten. Droste, Düsseldorf.

Reporter sans Frontières (RsF) (2007) Structure des charges et des produits. Unter: http://www.rsf.org/article.php3?id_article=22497; letzter Abruf am 12. Juni 2007.

Reuter, C. (2004) Bagdad bizarr. In: Stern, 15. Januar, S. 26–38.

Richter, C., Gebauer, S. (2010) Die China-Berichterstattung in den deutschen Medien. Heinrich Böll-Stiftung, Berlin.

Riepe, M. (1997) Verschwörungstheorie. In: taz. die tageszeitung, 5. September, S. 18.

Riepl, W. (1972) Das Nachrichtenwesen des Altertums mit besonderer Rücksicht auf die Römer. Olms, Hildesheim.

Ritsert, J. (1972) Inhaltsanalyse und Ideologiekritik. Athenäum-Fischer Taschenbuch Verlag, Frankfurt.

Robinson, P. (2002) The CNN Effect: The myth of news, foreign policy and intervention. Routledge, London.

Rodek, H.-G. (2011) Nigerias Traumfabrik. In: Das Parlament, 7. März, S. 17.

Rogers, E. M. (1995) Diffusion of Innovations. 4. Aufl. Free Press, New York.

Rose, J. (2009) Ernstfall Angriffskrieg. Frieden schaffen mit aller Gewalt? Ossietzky Verlag, Berlin.

Rosenberger, B. (1998) Zeitungen als Kriegstreiber? Die Rolle der Presse im Vorfeld des Ersten Weltkriegs. Böhlau, Köln.

Rossmann, T. (1992) Die Pressearbeit der Umweltschutzorganisation Greenpeace. Institut für Politikwissenschaft der Universität Hamburg, Hamburg.

Roth, J. (2008) Juden auf Wanderschaft (Original 1927). 2. Aufl. dtv, München.

Rothe, R. (1915) Die Kinder und der Krieg. Beitrag zur grundlegenden Gestaltung der Ausdruckskultur. Schulwissenschaftlicher Verlag A. Haase, Prag, Wien und Leipzig.

Rothkopf, D. (1997) In Praise of Cultural Imperialism? Effects of Globalization on Culture. In: Foreign Policy, 107, Summer, S. 38–53.
Rotter, G. (1992) Feindbildproduktion: Der Islam und sein Zerrbild in den Medien. In: Jahrbuch Frieden 1993. Konflikte, Abrüstung, Friedensarbeit. Beck, München, S. 70–80.
Roy, A. (2001) Terror ist nur ein Symptom. Ein Kontinent brennt. Warum der Terrorismus nur ein Symptom ist. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 28 September, S. 49.
Ruby, C. (2000) Die Botschaft der Poupées Magiques. In: akzente, Nr. 2, S. 36–39.
Rasmussen, K. (1922) Sängerkrieg. Universitas, Berlin.
Rupp, R. (2001) Amerikas Feinde sind »nicht besser als Tiere«. In: Junge Welt, 29. September.
Rutz, R. (2007) Signal. Eine deutsche Auslandsillustrierte als Propagandainstrument im Zweiten Weltkrieg. Klartext-Verlag, Essen.
Sack, F. (2007) Juristen im Feindrechtsstaat. Wer den Rechtsstaat verteidigen will, muss die Gründe seines Niedergangs in den Blick nehmen. In: Vorgänge, Nr. 2, S. 5–26.
Said, E. W. (1981) Orientalismus. Ullstein, Frankfurt.
Said, E. W. (1981) Covering Islam. How the media and the experts determine how we see the rest of the world. Pantheon, New York.
Said, E. W. (1997) Covering Islam: How the Media and the Experts Determine How We See the Rest of the World. New York.
Sakr, N. (2008) Diversity and diaspora. Arab communities and satellite communication in Europe. In: Global Media and Communication. Vol. 4, Nr. 3, S. 277–300.
Sakr, N. (2008) Oil, Arms and Media. How US Interventionism Shapes Arab TV. In: Journal für Entwicklungspolitik. Vol. XXIV, Nr. 1, S. 57–81.
Salgado, S. (2001) Vom Kriegswaisen zum Gotteskrieger. In: Rheinische Post, 18. Oktober.
Savich, C. (2007) Anne Frank of Kosovo Propaganda Hoax: Where are they Now? Unter: http://serbianna.com/blogs/savich/archives/40; letzter Abruf am 21. Mai 2015.
Schaefer, R. (2011) Kaukasus, NATO und Wikileaks. Verlag das Neue Berlin, Berlin.
Schatz, H., Immer, N., Marcinkowski, F. (1989) Der Vielfalt eine Chance? Empirische Befunde zu einem zentralen Argument für die Dualisierung des Rundfunks in der Bundesrepublik Deutschland. In: Rundfunk und Fernsehen, S. 5–24.
Schell, O. (1998) Virtual Tibet: Searching for Shangri-La from the Himalayas to Hollywood, Harper's, New York.
Schenda, R. (1970) Volk ohne Buch. Klostermann, Frankfurt.

Schenda, R. (1993) Von Mund zu Ohr. Bausteine zu einer Kulturgeschichte volkstümlichen Erzählens in Europa. Vandenhoeck & Ruprecht, Göttingen.
Schenk, M. (1987) Medienwirkungsforschung. Mohr, Tübingen.
Schicha, C. (2003) Unterhaltsame Formate als Bausteine der medienethischen Ausbildung. Spielfilme und Benetton-Werbung als populäre Beispiele. In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie, Nr. 1, S. 40–47.
Schiffauer, W. (2000) Die Gottesmänner. Suhrkamp, Frankfurt.
Schiffer, S. (2009) Kulturkampf als Mittel der Kriegspropaganda?. Vortragsmanuskript, Kassel 6. 12. 2009. Unter: http://www.medienverantwortung.de/wp-content/uploads/2009/07/20091206_IMV-Schiffer_Kassel-Vtr-korr.pdf; letzter Abruf am 16. Juni 2015.
Schiller, H. I. (1975) The Diplomacy of Cultural Domination and the Free Flow of Information, in: Instant Research on Peace and Violence, Nr. 2.
Schimmel, A. (1986) Haar. In: Religion in Geschichte und Gegenwart. Dritter Bd., 3. Aufl. Mohr, Tübingen.
Schirrmeister, F. (2014) Das Schreien der Bilder. Über die Notwendigkeit und Grenzen, drastische Bilder aus Kriegsgebieten zu zeigen. In: Neues Deutschland, 22. September, S. 15.
Schmid, T. (1993) »Bosnien: Ein später Sieg Hitlers«. In: taz. die tageszeitung, 15. November.
Schmidbauer, W. (1992) Hilflose Helfer. Über die seelische Problematik der helfenden Berufe. Überarb. und erw. Neuausgabe. Rowohlt, Reinbek.
Schmidt, H. (2008) Wir sehen China ganz falsch. In: Solinger Tageblatt, 11. April 2008, S. 4–5.
Schmidt, J. (2011) Herz der Erleuchtung. In: Süddeutsche Zeitung, 2.–3. April, S. V2/3.
Schmidt-Eenboom, E. (2002) Stärkung der Versager. Nachrichtendienste im Anti-Terror-Krieg. In: Wissenschaft & Frieden, Nr. 1, S. 16–19.
Schmidt-Eenboom, E. (2004) Geheimdienst, Politik und Medien. Meinungsmache Undercover. Homilius Verlag, Berlin.
Schmidt-Eenboom, E. (2005) Mündliches Gespräch mit dem Verfasser am 20. September.
Schmitt, U. (2001) Das fragwürdige Recht der Kritik an der Regierung. Einige US-Intellektuelle haben sich dem patriotischen Imperativ verweigert und werden dafür von allen Seiten scharf angegriffen. In: Die Welt, 2. Oktober, S. 6.
Schmolke, M. (1991) … daß die ganze Welt zuhört. Kriegsberichterstattung zwischen Prohibition und Exhibition. In: Medien Journal (Salzburg), Nr. 1, S. 35–42.
Schneider, L. (1962) The Role of the Category of Ignorance in Sociological Theory. In: American Sociological Review, Vol. 27, S. 492–508.

Schöllgen, G. (2003) Der Auftritt. Deutschlands Rückkehr auf die Weltbühne. Propyläen, München.
Schön, G. (2001) Schulterschluss mit dem Zensor. Die US-Medien fügen sich zahm den Forderungen der Regierung, um ihre Kontakte nicht aus Spiel zu setzen. In: Frankfurter Rundschau, 12. Oktober, S. 23.
Schörnig, N. (2014) Automatisierte Kriegsführung. Wie viel Entscheidungsraum bleibt dem Menschen? In: Aus Politik und Zeitgeschichte, Nr. 35–37, S. 27–34.
Schrader, L. (2000) NGOs – eine neue Weltmacht? Nichtregierungsorganisationen in der internationalen Politik. Brandenburgische Landeszentrale für Politische Bildung, Potsdam.
Schramm, W., Siebert, F. S., Peterson, T. (1956) Four Theories of the Press, Urbana, III.: University of Illinois Press.
Schröder, G. (2001) Solidarität mit den Menschen in den USA. In: Das Parlament, 21. September, S. 11.
Schubert, B. (2000) Shell in der Krise. Zum Verhältnis von Journalismus und PR in Deutschland dargestellt am Beispiel der »Brent Spar«. Lit-Verlag, Münster.
Schuhler, C. (2000) Ab hier wird auf Hunzinger gehört. In: Süddeutsche Zeitung, 8. Dezember.
Schuller, K. (2005) Der Westen und die Revolution im Osten. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 21. September, S. 8.
Schulte-Strathaus, L. (1938) Das Bild als Waffe. Die französische Bildpropaganda im Weltkrieg. Triltsch, Würzburg.
Schümer, D. (2003) Neu-Europa. Sieger des Irakkrieges wird die Weltmacht der Zukunft sein. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 8. April, S. 41.
Schulz, M. S. (2000) Medienwandel in Lateinamerika. Der Fall Mexiko. In: Lateinamerika. Analysen – Daten – Kommunikation, Nr. 43, S. 32–45.
Schulz-Besser, E. (1915) Die Karikatur im Weltkriege. Seemann, Leipzig.
Schwarte, K. I. (2007) Embedded Journalists. Kriegsberichterstattung im Wandel. Westf. Dampfboot, Münster.
Schweitzer, A. (2001) Kultur und Ethik in den Weltreligionen. Beck, München.
Schwirtz, M. (2010) In Information War. Documentary Is Latest Salvo. In: The New York Times, 31. Juli.
Sébillot, P. (1881) Littérature Orale de la Haute-Bretagne. Maisonneuve & Larose, Paris.
Seliger, B. (2014) Das Geschäft mit der Musik. Ein Insiderbericht. 5. Aufl. Klaus Bittermann, Berlin.
Seeßlen, G. (1998) Die Wiederkehr der Kriegerinnen. In: Die Zeit, 12. März, S. 49.
Sen, A. (2001) The World Can't Be So Easily Divided, in: International Herald Tribune, 24./25. November, S. 6.

Senghaas, D. (1999) Recht auf Nothilfe? In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 12. Juli, S. 12.
Sennett, R. (1977) The Fall of Public Man. Alfred Knopf, New York.
Sennitt, A. (2000) The Kosovo Conflict. In: World Radio TV Handbook, S. 54–57.
Shaheen, J. (2001) Reel bad Arabs: how Hollywood vilifies a people. Olive Branch Press, New York.
Sharp, G. (1993) From Dictatorship to Democracy: A Conceptual Framework for Liberation. Albert Einstein Institute, Boston.
She, L. (1980) Das Teehaus. Suhrkamp, Frankfurt.
Shinar, D. (1987) Palestinian Voices: Communication and Nation-Building in the West Bank. Lynne Rienner Publishers, Boulder.
Shinar, D. (1988) Nation-building on stage: Palestinian theatre liberates. In: Media Development, Nr. 3, S. 4–7.
Simm, G. (2013) Sex in Peace Operations. Cambridge University Press, Cambridge.
Simon, J. (2001) Should a Broadcast Station Be a Military Target. In: Columbia Journalism Review. Vol. 39, Januar.
Sinclair, J. (2009) Minorities, media, marketing and marginalization. In: Global Media and Communication. Vol. 5, Nr. 2, S. 177–196.
Singer, D. J. (1964) Soviet and American Foreign Policy Attitudes: Content Analysis of Elite Articulations. In: Journal of Conflict Resolution, S. 424–485.
Šlezić, L. (2007) Verleugnet. Frauen in Afghanistan. Ed. Braus, Heidelberg.
Smiers, J. (2003) Arts under Pressure. Promoting Cultural Diversity in the Age of Globalization. Zed books, London.
Snowden, E. (2014) Geschichte einer Weltaffäre. Weltkiosk, London und Berlin.
Sokoloff, C., Irvine, W. (1998) Review of UNHCR Mass Information Activities. UNHCR (EVAL/02/98) (mimeo), Genève.
Sommer, G. (2002) Terrorismus, Afghanistankrieg und westliche Feindbilder. In: Wissenschaft & Frieden, Nr. 1, S. 50.
Sommer, R. (2009) Das KZ-Bordell. Sexuelle Zwangsarbeit in nationalsozialistischen Konzentrationslagern. Schöningh, Paderborn.
Sontag, S. (2003): Faszinierender Faschismus. In: Sontag, S. Im Zeichen des Saturn. Essays. Hanser, München, S. 97–125.
Sontag, S. (2001) Amerika unter Schock: Die falsche Einstimmigkeit der Kommentare. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 15. September, S. 45.
Soros, G. (2001) Die offene Gesellschaft: für eine Reform des globalen Kapitalismus. Fest-Verlag, Berlin.
Soueif, A. (2001) Special report: terrorism in the US. In: The Guardian, 15. September.
Spence, J. D., Chin, A. (1996) Das Jahrhundert Chinas. Bertelsmann, München.
Spiess, W., Vargas Llosa, M., Elsen-Schwedler, B., Weber, C. S. (Hrsg) (2005) Fernando Botero. Swiridoff, Künzelsau.

Spilker, R., Ulrich, B. (1998) Der Tod als Maschinist. Der industrialisierte Krieg 1914–1918. Rasch, Bramsche.

Ständiger Rat der Deutschen Bischofskonferenz (2014): Erklärung des Ständigen Rates der Deutschen Bischofskonferenz zur Situation im Mittleren Osten: »Der Terror im Irak muss aufgehalten werden«. Pressemeldung vom 25. August 2014, Nr. 134. Unter: http://www.dbk.de/presse/details/?presseid=2613&cHash=b953eeb3da43649685fa37002a43eeb1; letzter Abruf am 30. April 2015.

Steinberger, K. (2008) Die Geister, die keiner ruft. Tibet fasziniert den Westen. Aber jenseits der Klischees geht eine uralte Kultur zugrunde. Eine Begegnung mit Wiedergeborenen und anderen Heiligen. In: Süddeutsche Zeitung, 9.–10. August, S. 3.

Steyerl, H. (2003) Welcome to obscurity. Die Bilder des Irakkriegs: Eine Militarisierung des Blicks. In: Malmoe (Wien), Nr. 13, S. 24.

Stickler, A. (2005) Nichtregierungsorganisationen, soziale Bewegungen und Global Governance. Eine Bestandsaufnahme des Diskurses und Kritik aus der Perspektive einer Theorie der organisierten Weltgesellschaft. Dissertation, Bergische Universität Wuppertal.

Stiglmayer, A. (Hrsg) (1993) Massenvergewaltigung. Krieg gegen die Frauen. Fischer Taschenbuch, Frankfurt.

Strübin, M. (1999) Ist Zivilgesellschaft käuflich? Wie Demokratie und Politik hautnah und unmittelbar erlebbar gemacht werden. Über die Arbeit von DemNet am Beispiel Polen. In: Frankfurter Rundschau, 25. September, S. 19.

Strutynski, P. (Hrsg) (2014) Ein Spiel mit dem Feuer. Die Ukraine, Russland und der Westen. Papyrossa, Köln.

Suliman, A. (2012) Ein Abschied von Al Dschazira – Vergiss, was Du gesehen hast! In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 11. Dezember.

Sussman, G. (2010) Branding Democracy. U. S. Regime Change in Post-Soviet Eastern Europe. Peter Lang, New York.

SustainAbility Ltd. (2003) The 21st Century NGO. In the Market for Change. SustainAbility, London.

Take, I. (2002) NGOs im Wandel. Von der Graswurzel auf das diplomatische Parkett. Westdeutscher Verlag, Wiesbaden.

Tan, Y. (2007) Der Chinese in der deutschen Literatur. Cuvillier, Göttingen.

Theweleit, K. (1980) Männerphantasien. Bd. 1: Frauen, Fluten, Körper, Geschichte. Rowohlt, Reinbek.

Thoden, R., Schiffer, S. (2014) Ukraine im Visier. Russlands Nachbar als Zielscheibe geostrategischer Interessen. Selbrund, Frankfurt.

Thomas, P. N., Nain, Z. (Hrsg) (2004) Who Owns the Media? Global Trends and Local Resistances. Southbound, Penang.

Thomas TL (2000) Der zerstörte Panzer, der keiner war. Kosovo und der herrschende Mythos der Informationsüberlegenheit. In: Frankfurter Rundschau, 31. März, S. 12.

Thompson, M. (1999) Forging War: The media in Serbia, Croatia, Bosnia and Hercegovina. University of Luton Press, Luton.

Thompson, M. (2000) Slovenia, Croatia, Bosnia and Herzegovina, Macedonia (FYROM) and Kosovo. International Assistance to Media. OSCE Representative on Freedom of the Media, Vienna.

Thurner, I. (2010) Der Stoff, aus dem Vorurteile sind. In: Die Presse. Spectrum, 16. Januar, S. I–II.

Tiger, T. (1925) Drei Minuten Gehör. In: Die Schwarze Fahne, Nr. 1, S. 2.

Todenhöfer, J. (2015) Inside IS – 10 Tage im »Islamischen Staat«. Bertelsmann, München.

Todd, E. (2003) Weltmacht USA. Ein Nachruf. 10. Aufl. Piper, München.

Toscani, O. (1996) Die Werbung ist ein lächelndes Aas. Bollmann, Mannheim.

Transnational Broadcasting Studies, Nr. 7/2001. Unter: www.tbsjournal.com; letzter Abruf am 29. November 2001.

Trento, S. B. (1992) The Power House. Robert Keith Gray and the Selling of Access and Influence in Washington. St. Martin's Press, New York.

Trimondi, V., Trimondi, V. (2002) Hitler – Buddha – Krishna. Eine unheilige Allianz vom Dritten Reich bis heute. Ueberreuter, Wien.

Trinquier, R. (1961) La Guerre moderne. Édition de la Table Ronde, Paris.

Trojanow, I. (2008) Der entfesselte Globus. Reportagen. Hanser, München.

Türköne, M. (2003) Bir askeri darbe olur mu? In: Radikal, 20.Mai.

Tunstall, J. (1977) The Media are American. Constable, London.

Tunstall, J. (2008) The Media were American. U. S. Mass Media in Decline. Oxford University Press, New York.

Tuschl, R. H. (2004) Der Informationskrieg der Nachmoderne. Vom Antagonismus der Weltordnung zum permanenten Krieg im kybernetischen Raum. Lit-Verlag, Münster.

Ullrich, V. (2003) Kriegsbegeisterung. In: Hirschfeld G; Krumeich, G. und Renz, I. (Hrsg) Enzyklopädie Erster Weltkrieg. Schöningh, Paderborn, S. 630 f.

UNESCO (1989) World Communication Report. Paris.

UNESCO (1999) World Communication and Information Report 1999–2000. Paris.

United Nations, Department of Public Information (DPI) and Department of Peacekeeping Operations (DPO) (Hrsg) (1997) United Nations Seminar on Public Information Policies and Practices for Field Missions. United Nations, New York.

United Nations, Dept. of Peacekeeping Operations (Hrsg) (1997) Provisional Guidelines for Public Information Components in United Nations Peacekeeping and other Field missions. United Nations, New York.

United States Institute of Peace (Hrsg) (1997) Managing Communications: Lessons from Interventions in Africa. (= United States Institute of Peace Special Report, 3), Washington D. C.

Usborne, S. (2013) The Making of Malala Yousafzai. Unter: http://www.independent.co.uk/news/world/politics/the-making-of-malala-yousafzai-shot-by-the-taliban-for-going-to-school-and-now-in-the-frame-for-nobel-peace-prize-8862588.html; letzter Abruf am 1. Juni 2015.

Verhey, J. (2000) Der »Geist von 1914« und die Erfindung der Volksgemeinschaft. Hamburger Edition HIS, Hamburg.

Verzola, R. (1999) Die Dritte Welt und das Internet: Das Beispiel Philippinen. In: Rötzer, F. (Hrsg) Megamaschine Wissen. Campus, Frankfurt, S. 193–202.

Villeneuve, R. (1988) Grausamkeit und Sexualität. Rixdorfer Verlagsanstalt, Berlin.

Vincent, R. C. (1992) CNN: Elites Talking to Elites. In: Mowlana, H., Gerbner, G., Schiller, H. I. (Hrsg) Triumph of the Image. The Media's War in the Persian Gulf – A Global Perspective. Westview Press, Boulder, S. 181–201.

Vogel, D. (2001) Operation »Strafgericht«. Die rücksichtslose Bombardierung Belgrads durch die deutsche Luftwaffe am 6. April 1941. In: Ueberschär, G. R., Wette, W. (Hrsg) Kriegsverbrechen im 20. Jahrhundert. Primus-Verlag, Darmstadt, S. 303–308.

Vollmer, A. (2008) Droht der nächste kalte Krieg? In der Tibetkrise schwelt ein globaler Konflikt mit China, den keiner verhindern will. In: Süddeutsche Zeitung, 15. April, S. 15.

Vuckovic, N. (2014) Die NATO-Zeitschrift MIRKO aus Bosnien, Studia Universitätsverlag, Innsbruck.

Wahl, P. (1998) NGO-Multis, McGreenpeace und die Netzwerk-Guerilla. Zu einigen Trends in der internationalen Zivilgesellschaft. In: Peripherie, Nr. 71, S. 55–68.

Wawrzyn, L. (Hrsg) (1976) Der Automaten-Mensch. E. T. A. Hoffmanns Erzählung vom Sandmann. Wagenbach, Berlin.

WDR (2012) 6. Juli 1912 – Heinrich Harrer wird geboren: Freund Heinrich Himmlers und des Dalai Lama. WDR 2. Stichtag 6. Juli. In: http://www1.wdr.de/themen/archiv/stichtag/stichtag6747.html; letzter Abruf am 25. Mai 2015.

Weber, S. (1995) Nachrichtenkonstruktion im Boulevardmedium. Die Wirklichkeit der »Kronen-Zeitung«. Passagen-Verlag, Wien.

Wech, U., Steinberg, B. (2001) Dianas Tod – gab Osama Bin Laden den Mordbefehl?. In: Das Goldene Blatt, Nr. 1, S. 60–61.

Wehnelt, J. (2001) Patente. Markenzeichen Terror. In: Die Woche, 23. November, S. 4.

Weil, F. P. (2001) Karikatur und Menschenwürde. In: Neue Zürcher Zeitung, 16. November.
Weiß, R. (1994) Von »Lichterketten« zum »Bürgerkrieg«. Wie Lokalradios den kommunalen Unfrieden öffentlich machen, in: Rundfunk und Fernsehen, Nr. 2, S. 153–170.
Weizenbaum, J. (1977) Die Macht der Computer und die Ohnmacht der Vernunft. Suhrkamp, Frankfurt.
Weltbank (1999) Entwicklung durch Wissen. Weltentwicklungsbericht 98/99. Frankfurter Allgemeine Zeitung, Frankfurt.
Werner der Gärtner (1972) Meier Helmbrecht. Reclam, Leipzig.
Wernicke, J. (2015) NATO-Kritik im Establishment. Unter: http://www.nachdenkseiten.de/?p=25444; letzter Abruf am 8. Juni 2015.
Whitney, W. T. (2012) Egypt blocks National Endowment for Democracy. Unter: http://www.peoplesworld.org/egypt-blocks-national-endowment-for-democracy; letzter Abruf am 27. Mai 2015.
Wilby, Peter (2008) Georgia has won the PR war. In: http://www.theguardian.com/media/2008/aug/18/pressandpublishing.georgia; Abruf am 29. Juni 2015.
Wilhelm, M. (1997) Kauf dir eine Volksabstimmung. In: Foehn, Heft 23/24, S. 3–137.
Win, U. K. [d. i. Jörg Becker] (2001) Massenmedien in Birma. Ein Bericht über die aktuelle Situation. In: Internationales Asienforum, Vol. 32, No. 3/4, S. 319–336.
Winkler, W. (2000) Ein Krieger zum Kuscheln. In: Süddeutsche Zeitung, 9. September, S. 22.
Winter, G. (2001) Kein Recht zum Krieg. In: taz. die tageszeitung, 2./3. Oktober, S. 4.
Wisnewski, G. (2009) Das kritische Jahrbuch. Verheimlicht – vertuscht – vergessen. Was 2008 nicht in der Zeitung stand. Knaur, München.
Wolter, P. (2014) Gezielte Manipulation. Die politische Propaganda des Westens folgt einigen Grundregeln – auch in der Berichterstattung über die Ukraine. In: Medien & Krieg. Spezial der Tageszeitung junge Welt, 27. August, S. 3.
World Association for Christian Communication (Hrsg) (2010) Who Makes the News? Global Media Monitoring Project 2010. Preliminary Report. Toronto.
www.amnesty.org/en/library/asset/EUR63/006/2009/en/8af5ed43-5094-48c9-bfab1277b5132faf/eur630062009eng.pdf. letzter Abruf am 18. Oktober 2012.
www.benetton.com/press/sito/_media/photo/camp94_soldier.jpg.
www.dradio.de/dlf/sendungen/politischeliteratur/300630; letzter Abruf am 14. Juni 2013.
www.fara.gov/docs/3301-Supplemental-Statement-19910510-HAKKJL03.pdf; letzter Abruf am 10. September 2014.
www.gabek.com; letzter Abruf am 2. September 2014.
www.news.at/articles/0246/15/44952.shtml; letzter Abruf am 23. Februar 2003.

www.courrierinternational.com/Dessin/2002/02/05.asp; letzter Abruf am 26. Februar 2003.
www.de.wikipedia.org/wiki/Fritz_Haarmann; letzter Abruf am 13. Mai 2013.
www.de.wikipedia.org/wiki/KZ_Jasenovac; letzter Abruf am 5. September 2007.
www.humboldtgesellschaft.de/inhalt.php?name=goya; letzter Abruf am 5. September 2007.
www.independent.co.uk/news/world/africa/2302037.html; letzter Abruf am 18. Oktober 2012.
www.prweek.com/article/839450/georgias-pr-agency-lashes-russian-propaganda; letzter Abruf am 6. September 2014.
www.remscheiderdenkerschmette.de; letzter Abruf am 2. September 2014.
www.youtube.com/watch?v=jNCXaLcMneo; letzter Abruf am 12. Juni 2013.
www.youtube.com/watch?v=zXX7ZSbz6S0; letzter Abruf am 21. Oktober 2012.
www.youtube.com/watch?v=U8QSRpnrWIE; letzter Abruf am 22. Oktober 2012.
Zacharopoulos, T., Parasxou, M. (1993) Mass Media in Greece. Praeger, Westport.
Zarzer, B. (2001) On Air: US-Propaganda für Afghanistan. 19. Oktober. Unter: http://www.heise.de/tp/r4/artikel/9/9858/1.html; letzter Abruf am 16. Juni 2015.
Zeitler, A. (2014) Malalas mutiger Kampf für Bildung. Unter: http://www.planet-wissen.de/laender_leute/naher_und_mittlerer_osten/pakistan/malala.jsp; letzter Abruf am 1. Juni 2015.
Zetkin, C. (1986) Sozialdemokratie und Volkserziehung. In: Becker, J. (Hrsg) Die Diskussion um das Jugendbuch. Wissenschaftliche Buchgesellschaft, Darmstadt, S. 47–65.
Zeutschner, H. (1995) Die braune Mattscheibe – Fernsehen im Nationalsozialismus. Rotbuch-Verlag, Hamburg.
Ziegler, J. (2005) Die neuen Herrscher der Welt und ihre globalen Widersacher. Goldmann, München.
Ziesemer, B. (2001) Die nächste Etappe des Anti-Terror-Kriegs. In: Handelsblatt, 23./24. November, S. 11.
Zieser, G. (1970) Die Propagandastrategie Biafras im nigerianischen Bürgerkrieg (1967–1970). Eine Modelluntersuchung zur interkulturellen Kommunikation zwischen Entwicklungs- und Industrieländern. Dissertation, Universität Salzburg.
Zubayr, C., Gerhard, H. (2008) Olympia 2008 im Fernsehen. In: Media Perspektiven, Nr. 10, S. 494–501.
Zülch, T. (1968) Plädoyer für die Republik Biafra. In: Zülch, T., Guercke, K. (Hrsg) Biafra. Todesurteil für ein Volk? Eine Dokumentation mit einem Geleitwort von Golo Mann. Lettner-Verlag, Berlin, S. 9–16.

Zülch, T. (1993) Vorwort. In: Zülch, T. (Hrsg) »Ethnische Säuberung« – Völkermord für »Großserbien«. Eine Dokumentation der Gesellschaft für bedrohte Völker. Luchterhand-Verlag,Hamburg.

Zwangsleitner, K. (Hrsg) (1997) Rejected. Unpublished – Best Rejected Advertising. Grey Press, Berlin.

Verzeichnis der Abbildungen

Abbildung 1.1 Dokumentenauszug aus einer Akte nach dem Foreign Agents Registration Act (FARA) im US-Justizministerium vom 10. Mai 1991 20

Abbildung 2.1 Kriegsmotive auf einem afghanischen Bildteppich aus der Schweizer Sammlung H. W. Mohm 33
Abbildung 2.2 Titelblatt des politischen Wochenmagazins *Der Spiegel* vom 8. Oktober 2001. Hauptüberschrift: »Der religiöse Wahn. Die Rückkehr des Mittelalters« 40
Abbildung 2.3 Titelblatt der Publikumszeitschrift *Stern* vom 25. Oktober 2001. Hauptüberschriften: »Neue Serie: Die Wurzeln des Hasses. Mohammeds zornige Erben. 1400 Jahre zwischen Stolz und Demütigung« 40
Abbildung 2.4 Titelblatt des *Spiegel* vom 14. April 1997. Schlagzeile: »Ausländer und Deutsche: Gefährlich fremd. Das Scheitern der multikulturellen Gesellschaft« 40
Abbildung 2.6 Titelblatt der Zeitschrift *Information für die Truppe (IFDT)* der Deutschen Bundeswehr vom vierten Quartal des Jahres 2001. Hauptüberschrift: »Fanatische Islamisten« 42
Abbildung 2.5 Titelblatt der Zeitschrift Spektrum des protestantischen Pressedienstes idea vom 7. November 2001. Hauptüberschrift: »Kein Militär mehr gegen den Terror?« 42

Abbildung 3.1 und 3.2 Sitten und Gebräuche der Serben 67
Abbildung 3.3 Der Auschwitz-Vergleich mit dem Biafrakrieg aus der Sicht der Gesellschaft für bedrohte Völker (GfbV) (1970) 70

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016

Abbildung 3.4 Der Auschwitz-Vergleich mit dem Bürgerkrieg in Bosnien aus der Sicht des American Jewish Committee (AJC), des American Jewish Congress (AJC) und der Anti-Defamation League (ADL) (1992) 73

Abbildung 4.1 Die Hauptakteure in *FAZ* und *Bild-Zeitung* 83
Abbildung 4.2 Binnensicht der irakischen Akteure in der *FAZ* 85
Abbildung 4.3 Binnensicht der irakischen Akteure in der *Bild-Zeitung* 85
Abbildung 4.4 Binnensicht der US-amerikanisch-britischen Akteure in der *FAZ* 85
Abbildung 4.5 Binnensicht der US-amerikanisch-britischen Akteure in der *Bild-Zeitung* 86
Abbildung 4.6 Haltung zum Krieg in der *FAZ* 87
Abbildung 4.7 Haltung zum Krieg in der *Bild-Zeitung* 87
Abbildung 4.8 Der untereinander im Irakkrieg zerstrittene Westen aus der Sicht des Karikaturisten Burkhard Mohr in der *FAZ* 92
Abbildung 4.9 Die Hauptakteure in *Hürriyet* und *Zaman* 93
Abbildung 4.10 Hauptverantwortung im Vergleich von *Hürriyet* mit *Zaman* 96
Abbildung 4.11 Die Doppelmoral der USA aus der Sicht des türkischen Karikaturisten Osman Turhan in *Zaman* 97

Abbildung 5.12 Nachgestelltes Folterfoto in der *Frankfurter Rundschau* 119

Abbildung 6.1 Umschlagbild des *Weekly Georgian Journal* (2009) 125

Abbildung 7.1 *Stern*-Foto eines jungen südsudanischen Kämpfers 132

Abbildung 8.2 Nach dem Stahlbad: Noch heute liegen in den Lazaretten entsetzlich verstümmelte Kriegsteilnehmer, an den immer noch herumoperiert wird 148
Abbildung 8.1 Ein 25jähriger Landwirt, verwundet durch Granatsplitter. Zerrissenes Gesicht durch zahllose Operationen ersetzt (1916) 148
Abbildung 8.3 Deformiertes Baby im Malalai-Krankenhaus in Kabul als Folge von im Krieg benutzter mit Uran angereicherter Munition (2006) 151

Abbildung 9.1 Die Häufigkeit des Wortes Folter in der österreichischen Presse vom 1. Januar 1992 bis zum 4. Mai 2007 158
Abbildung 9.2 Folter im Mediensplit 160
Abbildung 9.3 Sprachstil 161
Abbildung 9.4 Akzeptanz von Folter 162
Abbildung 9.5 Solidarität mit den Opfern 163
Abbildung 9.6 Die Soldatin Lynndie England mit einem nackten irakischen Gefangenen an der Hundeleine 166
Abbildung 9.7 Plakat der spanischen Linken im Spanischen Bürgerkrieg (1936) 169
Abbildung 9.8 Umschlag des US-amerikanischen Magazins *Revue Man's Prime* (Anfang der 1950er Jahre) 169

Abbildung 10.1 Terrorismus und Kommunikation 174
Abbildung 10.2 Die Privatisierung des Krieges 179

Abbildung 11.1 Liste von Kommunikationsgebäuden, die in verschiedenen Kriegen (1991–2009) zerstört wurden 199
Abbildung 11.2 Zielprioritäten für den strategischen Luftkrieg 201

Abbildung 12.1 Das gesellschaftliche Umfeld von NGOs 211

Abbildung 13.1 Das Benetton-Plakat *Marinko Gagro* von Oliviero Toscani (1994) 227
Abbildung 13.2 Das durch die Werbeagentur J. Walter Thompson verfremdete Benetton-Plakat *Marinko Gagro* von Oliviero Toscani 228

Abbildung 14.1 Umschlagbild des NATO- Jugendmagazins *Mirko* in Bosnien-Herzegowina 233
Abbildung 14.2 Umschlagbild des US-amerikanischen Jugendmagazins *Hi* in arabischen Ländern 233

Abbildung 15.1 Afghanistan-Karikatur von Jean Veenenbos (2001) 242
Abbildung 15.2 Mit Gewalt schneiden republikanische Soldaten Mitgliedern der kaiserlichen Truppen den traditionellen Zopf ab (1911) 245
Abbildung 15.3 Judenverfolgung in Polen: Einem alten Juden wird zur Belustigung von SS-Männern der Bart abgeschnitten (1941) . . . 247
Abbildung 15.4 Afghanische Frauen am Flughafen in Kabul (1967) 251

Abbildung 15.5 Afghanische Frau vor dem Gerichtsgebäude in Kabul (2005) 253

Abbildung 16.1 Russische Soldatin beim Wettbewerb »Schönheiten in Uniform« 256
Abbildung 16.2 Österreichische Soldatin vor einem Auslandseinsatz 257
Abbildung 16.3 Israelische Soldatin bei der Nahkampfausbildung 259
Abbildung 16.4 Iranische Soldatinnen auf einer Parade in Teheran 259
Abbildung 16.5 Libysche Soldatinnen der Leibwache von Muammar al-Gaddafi 261
Abbildung 16.6 Die syrische Schauspielerin und politische Aktivistin Fadwa Soliman 262

Abbildung 17.1 Zahl der in der EU, den USA und Japan produzierten Spielfilme (2005–2009) 285

Abbildung 19.1 Zigarrenwickler mit einem Vorleser in den USA (um 1860) 329

Verzeichnis der Tabellen

Tabelle 1.1 Aktivitäten von Public-Relations-Agenturen in Kriegen 1967–2008 22

Tabelle 2.1 Freund-Feind-Bilder in der englischen Presse während des Golfkrieges 1990/1991 38
Tabelle 2.2 Aufmacher im Kölner *Express* und in *Hürriyet* vom 12. bis 23. September 2001 47

Tabelle 5.1 Pro-tibetische und antichinesische Aktivitäten der National Endowment for Democracy (2007) 117

Tabelle 10.1 Alte und neue Medienstrategien in Kriegszeiten 180
Tabelle 10.2 Krieg und Medien – Struktur und Inhalt in Epochen 181

Tabelle 12.3 NGOs im Geflecht von Kriegspropaganda 216

Tabelle 17.1 Themen in den TV-Nachrichten der Welt (2010) 276

Tabelle 18.1 Die Rolle der Medien vor einem Konflikt 289
Tabelle 18.2 Die Rolle der Medien während eines Konflikts 289
Tabelle 18.3 Die Rolle der Medien nach einem Konflikt 290
Tabelle 18.4 Charakteristika von Medien in der Entwicklungskommunikation 305

J. Becker, *Medien im Krieg – Krieg in den Medien,* DOI 10.1007/978-3-658-07477-7,
© Springer Fachmedien Wiesbaden 2016