

Medien und Krieg – Das Elend der Kriegsberichterstattung

Alexander S. Neu

Dieser Beitrag fasst in notwendiger Kürze die Ergebnisse sozialwissenschaftlicher und journalistischer Analysen hinsichtlich der Rollen und Funktionen von Medien in Kriegen zusammen. Einführend wird das Verhältnis zwischen Medien und Politik skizziert, um die Dimension der Verantwortung der Medien gegenüber der Gesellschaft zu verdeutlichen.

Historisches Verhältnis zwischen Medien und Politik

Das spezifische Verhältnis zwischen Medien und Politik wird in der Fachliteratur insbesondere vor dem Hintergrund der Rolle und des Selbstverständnisses der Medien im Spannungsbogen zwischen „Verlautbarungsjournalismus“ im Dienste der Politik einerseits und als - im nicht-staatsrechtliche Sinne – „Vierte Gewalt“ andererseits kritisch hinterfragt.

Ein Blick in die Genese zeigt, dass der politische Journalismus zunächst ein „integraler Bestandteil politischer Interessenvermittlung“ darstellte. Erst im Laufe des 19. und frühen 20. Jahrhunderts emanzipierte sich der politische Journalismus schrittweise und entzog sich somit mehr oder minder der äußeren politischen Einflussnahme. Damit verlor die Politik jedoch nicht nur ein ihr ausschließlich zur Verfügung stehendes effektives Instrumentarium zur Steuerung der öffentlichen Meinung. Vielmehr sahen sich die Machträger zunehmender Weise mit einer von den unabhängigen Medien veröffentlichten Meinung konfrontiert und kontrolliert. Dieser Emanzipationsprozess von der Politik sowie die damit einhergehende Entwicklung der öffentlichen Kontrolle des politischen Geschehens durch die Medien führte zu einem neuen Selbstverständnis: Der vielzitierten „Vierten Gewalt“. Jedoch haben die Medien trotz dieser emanzipatorischen Entwicklung bis heute das Stigma als „Verlautbarungsorgan“ der politisch Mächtigen nicht gänzlich verloren. Viel zu verlockend ist die den Medien innewohnende Macht als das die Politik nicht versucht wäre, die Medien sich zu Nutze zu machen.¹

¹ Altmeppen, Klaus-Dieter /Löffelholz, Martin, „Zwischen Verlautbarungsorgan und 'vierter Gewalt'“, in: Sarcinelli, Ulrich (Hrsg.), „Politikvermittlung und Demokratie in der Mediengesellschaft“, Bonn, 1998, S. 97.

Medien als eigenständiger Machtfaktor

Medien verfügen über das quasi Informations- und Vermittlungsmonopol, da (politische) Primärerfahrungen ausschließlich im unmittelbarem Umfeld des Menschen stattfinden. Demgegenüber sind Kenntnisse jenseits der unmittelbaren individuellen Wahrnehmung nur mit Hilfe von Erzählungen Dritter, in der Regel durch Medien, möglich. Demnach sind Medien sind, wie der Publizist und Kolumnist Walter Lippmann es treffend ausdrückte, das „Fenster zur Welt“.²

Diese „Fenster-zur-Welt“-Funktion der Medien erhält bei militärischen Auseinandersetzungen eine ganze besondere Dimension: In militärischen Konflikten, in denen westliche Staaten militärisch involviert sind, westliche Gesellschaften jedoch in der Regel über keine Primärerfahrungen, d.h. unmittelbare Erfahrungen, mit der realen Kriegssituation verfügen, sind letztere von der Kriegsberichterstattung substantiell abhängig. Nahezu nur auf diese Weise können Gesellschaften Kenntnisse über den Krieg erlangen. Allerdings stellt sich die Frage nach den Inhalten dessen, was die Gesellschaften von den Medien über den Krieg erfahren – und nicht weniger relevant, was sie über denselben nicht erfahren. Denn Medien fristen eben nicht nur ein Dasein als quasi technisches Mittel zur objektiven Distribution ebenso objektiver Informationen. Hinter Medien stecken Menschen, Journalisten. Dies bedeutet eine zweifache Subjektivierung von objektiver Wirklichkeit, denn es gibt sie unter erkenntnistheoretischem Aspekt gibt: Erstens bedingt durch die individuelle Wertesozialisierung werden Ereignisse unbewusst durch einen subjektiven Filter wahrgenommen. Diese subjektiv wahrgenommene Realität kann im Anschluss einer politischen Agenda bewusst unterworfen werden: Das heißt, dass Ereignisse gar nicht erst publiziert oder das die zu publizierenden Informationen verfälscht werden. Am Schluss steht ein subjektives Wirklichkeitsprodukt: Die Nachricht. Ob nun subjektive Wirklichkeitsprodukte Ergebnisse eines seinen Wertvorstellungen verhafteten Journalisten oder Verlautbarungsprodukte der Regierungspolitik sind, wird im Folgenden anhand einiger bewaffneter Konflikte skizziert.

Krim-Krieg

² Lippmann, Walter, „Public Opinion“, New York, 1922.

Die Kriegsberichterstattung nahm ihren Anfang im Krim-Krieg 1853-1856. Der Krim-Krieg ging als der „erste Pressekrieg“ in die Geschichte ein.³ Wie sehr eine unabhängige Kriegsberichterstattung dem britischen Militär mißfiel, musste bereits der Journalist William Howard Russel (The Times), der in der einschlägigen Literatur als erster Kriegsberichterstatter in der Geschichte genannt wird, erfahren. Dieser folgte den englischen Truppen auf die Krim und berichtete von dort unter anderem über den schlechten Zustand der englischen Armee. Daraufhin entstand ein Zielkonflikt zwischen Russel, über das dort Gesehene weiterhin so objektiv wie möglich zu berichten, und der englischen Armee/Regierung, alle negativen Aspekte dieses Krieges von der Berichterstattung auszunehmen und die englische Öffentlichkeit nur mit den, der Armeeführung, angenehmen Informationen zu versorgen. Das britische Militär setzte, nachdem es über die Aufgaben und Grenzen der Kriegsberichterstattung zu langen öffentlichen Diskussionen in der britischen Gesellschaft gekommen war, schließlich seinen Willen durch und führte die Zensur gegen Ende des Krim-Krieges ein.⁴

Erster Weltkrieg

Im ersten Weltkrieg wurde die Kriegsberichterstattung in eine Kriegspropaganda verwandelt. Insbesondere Frankreich und Großbritannien gründeten Propagandaorganisationen, deren Aufgabe darin bestand, die Emotionen der eigenen Bevölkerung zu mobilisieren, um die Ge- und Entschlossenheit zu festigen, diesen Krieg zu tragen. Die verbesserten Kommunikationstechniken, wie das Telefon, sowie das Medium Photographie, erwiesen sich diesbezüglich als sehr hilfreich. Insbesondere die Effizienz der vermeintlichen „Authentizität“ und daraus abgeleiteten „Objektivität“ der Photographie, millionenfach in den Medien publiziert, war im Hinblick der Emotionalisierung der Massen gewaltig. Die Regierungen Frankreichs und Großbritanniens förderten den Hass als emotionales Element gegen Deutschland, in dem sie ihre Medien mit angeblichen Greuelthaten deutscher Soldaten fütterten. Die Skala reichte von Folter über Massenvergewaltigungen bis hin zum Kannibalismus. Ziel war die Entmenschlichung und Dämonisierung der Deutschen. Man reduzierte die Welt nur noch in zwei Kategorien: Menschen und Deutsche. Die Zeitungen ihrerseits übernahmen diese Greuelmärchen oftmals

³ Dominikowski, Thomas, „'Massen'medien und 'Massen'krieg“, in: „Krieg als Medienereignis“, Löffelholz, Martin (Hrsg.), Opladen, 1993, S. 37.

⁴ Knightley, Phillip, „The first casualty“, London, 2003, S. 1-17.

ungeprüft und ohne die erforderliche kritische Distanz - zumal die den Deutschen zu Last gelegten Greuel im nachhinein zumeist nicht verifiziert werden konnten.⁵

Die deutsche Propaganda hingegen erwies sich als vergleichsweise unterentwickelt. Die weitaus schwächeren Propagandatätigkeiten richteten sich vor allem gegen russische und serbische Soldaten, denen wiederum von den Deutschen das menschliche Sein abgesprochen wurde.

Der Verlust der Pressefreiheit und die Einführung der Zensur traf die deutschen Zeitungen ebenso wie die britischen und französischen. Strikte Reglements bildeten den Leitfaden über das, was berichtet werden konnte und das, was keinesfalls der Öffentlichkeit zugänglich gemacht werden durfte, da es die innere Geschlossenheit hätte untergraben können. Insgesamt jedoch demonstrierte die Presse in allen drei Ländern großes Verständnis für die Zensurbestimmungen und stellte sich bereitwillig, bisweilen mit vorseilendem Gehorsam, in den Dienst des Vaterlandes.⁶

Zweiter Weltkrieg

Im zweiten Weltkrieg hatte sich der Einsatz von Medien und Propaganda erheblich massiert und zugleich verfeinert. Diesmal war es jedoch das Deutsche Reich, welches in der Kriegsberichterstattung und -propaganda seine Überlegenheit demonstrierte.

Das NS-Regime konnte dabei auf Medien zurückgreifen, die im ersten Weltkrieg noch unausgereift waren. Die Wirkung von Film und Rundfunk suggerierte noch mehr Authentizität als es die Photographie bereits tat. Die Medien wurden vom NS-Regime kontrolliert und instrumentalisiert. Allerdings stieß das NS-Regime in den meisten Fällen bei den etablierten Meinungsmachern auf wenig oder gar keinen Widerstand. Sie hatten sich bereitwillig in den Dienst der neuen Machthabern gestellt.⁷

Demgegenüber vertraute Großbritannien anfänglich auf die seinerzeit im ersten Weltkrieg bewährten Techniken der Informationskontrollen. Die sehr restriktiv gehaltene Informationspolitik über den tatsächlichen Verlauf des Krieges zog den Unmut der Journalisten in In- und Ausland auf sich. Angesichts dieses Drucks sah

⁵ Knightley, Phillip, a.a.O., S. 83 f.f. / Beham, Mira, „Kriegstromein - Medien, Krieg und Politik“, München, 1996, S. 25 f.f., 55.

⁶ Dominikowski, Thomas, a.a.O., S. 39 f.f.

⁷ Wette, Wolfram, „Die schwierige Überredung zum Krieg“, in: Aus Politik und Zeitgeschichte, B 32-33/89, 4. Aug. 1989, S. 8 f.

man sich im Laufe des Krieges gehalten, die Medien mit mehr Informationen zu versorgen, was jedoch nicht bedeutete, daß diese unzensiert gewesen wären.⁸

Die USA hingegen erkannten ähnlich wie die Nationalsozialisten den Wert der Medien als Waffe. Unter der von General Eisenhower formulierten Maxime „public opinion wins war“ wurden die Tätigkeiten der Journalisten sowie insgesamt die Informationstätigkeiten als fester Bestandteil in die Kriegsvorbereitung und Kriegsführung integriert. Eisenhower betrachtete die Kriegsberichterstatter in erster Linie als de facto Stabs-Offiziere, mit militärischer Funktion: „As staff officers your first duty is a military duty (...)“.⁹

Auch in der UdSSR wurden kurz nach Kriegsbeginn die Zensurmaßnahmen angezogen, so dass der ohnehin kaum existierende Informationspluralismus völlig beseitigt wurde. So wurden sämtliche Radiogeräte eingezogen, um die Verwendung alternativer Informationsquellen völlig auszuschließen. Anstelle dessen wurde die Bevölkerung mit Hilfe von verkabelten Lautsprechern in ihren Wohnungen mit - von der Führung festgelegten - Informationen versorgt. Eine nicht unwesentliche Rolle in der sowjetischen Kriegspropaganda spielten Plakate und Bildserien, die mit leichtverständlichen Aussagen und Slogans jene Menschen erreichen sollten, die mit den Beiträgen der „Prawda“ überfordert waren. Auch wurden bereits bestehende heldenhafte Filme thematisch kurzerhand den neuen Gegebenheiten, d.h. der Kriegssituation gegen Deutschland, angepasst, um den Durchhaltewillen in der Bevölkerung zu stärken.¹⁰

Zweiter Golfkrieg

Der Zweite Golfkrieg, zwischen dem Irak und der anti-irakischen Koalition unter Führung der USA 1991, stellte eine medientechnologische Zäsur dar: Nie zuvor konnten Menschen zu Hause quasi am Frühstückstisch oder im Wohnzimmer live am Krieg partizipieren. Die technologische Entwicklung des Mediums Fernsehen ermöglichte es, den Krieg zeitlich unmittelbar zu visualisieren. Die ‚realtime‘ Berichterstattung schien die „Authentizität“ der Geschehnisse und somit die „Objektivität“ der Kriegsberichterstattung nahezu perfekt zu gewährleisten. Welche Informationen wurden jedoch medienvermittelt? Inwieweit bedienten sich Politiker

⁸ Royle, Trevor, „War Report; the war correspondents view of battle from the Crimea to the Falklands“, Worcester, 1987, S. 169.

⁹ Zitiert nach: Royle, Trevor, a.a.O., S. 148.

¹⁰ Leonhard, Wolfgang, „Die Revolution entläßt ihre Kinder“, Köln, 1955, 1981, 1990, S. 142-145 / Ostrogorski, Wladimir, „Die ätherischen Verführer“, in: Kalaschnikow - Das Politikmagazin, Ausgabe 12, Heft 1/99.

und Militärs den Medien, um der Weltöffentlichkeit unter Zuhilfenahme von Zensur und Propaganda die Legitimität des Krieges darzulegen? Inwieweit waren die Medien selbst um Aufklärung bemüht? Wurden den Zuschauern detaillierte Hintergrundinformationen über den politischen Gehalt des Krieges, also dem Kriegszweck, angeboten oder waren die Bilder nicht vielmehr geeignet, dem Gewaltvoyeurismus zu dienen?

Wie das Verhältnis zwischen Medien und Krieg sich gestaltete, legt eine aufschlussreiche Aussage bzw. Danksagung des Oberbefehlshaber der alliierten Truppen, General Norman Schwarzkopf, gegen Ende der militärischen Konfrontation dar, demnach er sich für die gute Zusammenarbeit bei den Medien bedankte.¹¹

Die Medien wurden auch in diesem Krieg massiv instrumentalisiert und ihre Berichterstattung zensiert. Die Reglements, denen sich die Korrespondenten ausgesetzt sahen, waren erheblich: Den Journalisten wurde seitens der Alliierten der Zugang zu relevanten Kampfgebieten verwehrt, womit es kaum journalistische Augenzeugen gab.¹²

Nur wenigen Journalisten, wie beispielsweise Peter Arnett, der aus Bagdad live für CNN berichtete, war es „vergönnt“, den Krieg unmittelbar zu beobachten. Generell jedoch fasste man die Journalisten in einem sogenannten „Pool-System“ zusammen, um sie ausschließlich mit durch die Militärs gefilterten Informationen und Bildern in Form täglich stattfindenden Presse-Briefings über den Stand der Dinge zentral zu informieren, bzw. ihnen ihre Wirklichkeitskonstruktion zu vermitteln.¹³ Dabei demonstrierte man regelmäßig unter Zuhilfenahme von Computern und Videoaufzeichnungen die Treffsicherheit der Distanzwaffen, um somit einen „sauberen chirurgischen Eingriff“ zu suggerieren. Obgleich die Informationsflut groß war, wird die Substanz der vermittelten Informationen insgesamt als gering bewertet: Noch nie hätten Journalisten im Fernsehen mit so vielen Worten und Bildern so wenig Informationen zu einem Thema geliefert wie in der Berichterstattung am Golf.¹⁴ Das Defizit der thematischen Substanz ist jedoch nicht allein den militärischen Zensurtechniken zu zurechnen. Auch die Medien selbst tragen eine ganz wesentliche Mitverantwortung daran, die mithin dem ökonomischen Aspekt geschuldet sind: Medien sind auch Unternehmen.

¹¹ Bresser, Klaus, „Schieres Bauerntheater“, Interview, in: Löffelholz, Martin, „Krieg als Medienereignis“, a.a.O., S. 162.

¹² Richter, Simone, „Journalisten zwischen den Fronten - Kriegsberichterstattung am Beispiel Jugoslawien“, Opladen / Wiesbaden, 1999, S. 50.

¹³ Löffelholz, Martin, „Der unwirkliche Krieg“, in: IKÖ-Rundbrief, Nr. 4, 4/1991, S. 46 f.f.

Der ökonomische Zwang dürfte wohl einer der wesentlichen Gründe dafür gewesen sein, über den Krieg irgend etwas zu berichten, als das Eingeständnis, an der freien Pressearbeit gehindert zu werden. Zwar wurde die Problematik der Zensur thematisiert. Anstatt die Öffentlichkeit über diesen Zustand effektiver durch Berichterstattungsboykotte zu sensibilisieren und so dem Gebaren der Militärs entgegenzutreten, haben viele Medien ersatzweise ein eigenes Kriegsbild konstruiert oder die Wirklichkeitsmodelle der Alliierten weitgehend übernommen.

Der NATO-Angriffskrieg gegen Jugoslawien

Mit der Medienberichterstattungen vor, während und nach dem NATO-Angriffskrieg gegen Jugoslawien 1999 hat der westliche Medienethos seinen Tiefpunkt erreicht. Obgleich auch hier die kriegsführende NATO ähnliche Zensur- und Manipulationsmaßnahmen wie auch schon die Koalition der Alliierten im Zweiten Golfkrieg ergriffen hatte, erwiesen diese sich nahezu als unnötig. Mit vorausseilendem Gehorsam, einem gehörigem Schuss an Patriotismus, ja sogar Begeisterung für das vermeintlich moralische Gutmenschentum der NATO führten die Medien ihren eigenen Krieg gegen Jugoslawien.

Der Medienwissenschaftler Karl Prümm moniert die „geheime Mobilmachung“ der westlichen Medien während des Krieges: „Es gehört wohl zu den nachhaltigsten Schock-Erlebnissen dieses Krieges, wie rasant die vielgepriesene Pluralität der elektronischen Medien sich verflüchtigte, wie Korpsgeist und regierungsamtlicher Konsens plötzlich alleinbeherrschend wurden“.¹⁵ In diesem Kontext kritisierte der Sprachwissenschaftler Clemens Knobloch den Verlautbarungsjournalismus von Presse und Rundfunk: Die Verlautbarungen der NATO seien undistanziert von den Medien wiedergegeben worden und die Schrecken des Krieges seien verharmlost worden. Durch die Übernahme der NATO-Terminologie, wie „Kollateralschaden“, „Luftschlag“ etc., hätten sich die Medien mit der NATO-Kriegspartei gleichgeschaltet. Auch kritisierte Knobloch die „unreflektierten Hetzparolen“ seitens der Medien, welche zum Aufbau des Feindbildes Milosevic beigetragen hätten.¹⁶ Hermann Meyn, kritisiert die einseitige internationale Berichterstattung zugunsten der NATO und der offenen Sympathie der Medien mit der „UCK“.¹⁷ Der britische Sonderkorrespondent des „Independent“ für Jugoslawien, Robert Fisk, verweist auf die patriotische Haltung der

¹⁴ Mast, Claudia, „Kriegsspiele auf dem Bildschirm. Anmerkungen zur Berichterstattung über den Golfkrieg“, in: Bertelsmann Briefe, Oktober, 1991, S. 25.

¹⁵ Zitat: Prümm, Karl, in: Journalist, 2/2000, S. 13.

¹⁶ Knobloch, Clemens, „Sprachgebrauch im Krieg“, in: Journalist, 2/2000, S. 13.

¹⁷ Meyn, Hermann, „Informationen mit Fragezeichen“, Journalist, 2/2000, S. 14-15.

westlicher Journalisten/Medien, die es tunlichst vermieden hätten, bei den täglichen NATO-Pressebriefings kritische Fragen zu stellen, um die moralische Legitimität des Krieges nicht zu gefährden.¹⁸

Fazit:

Auf der Basis der analysierten Fachliteratur wird offensichtlich, dass Medien in den überwiegenden Fällen sich nicht ausschließlich durch Eigeninitiative in den Dienst ihres - in einen militärischen Konflikt involvierten - Staates stell(t)en oder ausschließlich durch entsprechenden staatlichen Druck instrumentalisiert wurden/werden. Vielmehr zeigt sich ein gemischtes Bild, bei dem auf der einen Seite kriegführende Staaten mehr oder minder Zensur- und Instrumentalisierungsmaßnahmen ergriffen und auf der anderen Seite die Medien mehr oder minder freiwillig bis hin zur patriotischen Pflicht der „gerechten Sache“ wegen eine mediale Kriegsfront aufbau(t)en.

Offensichtlich werden Kriege als Ausnahmesituation seitens der Medien wahrgenommen, in der die Vaterlandsliebe schwerer zu wiegen hat als das vielzitierte journalistische Selbstverständnis einer kritisch distanzieren Berichterstattung.

Hierbei wurden/werden die offiziellen Kriegszwecke und -ziele der nationalen politischen/militärischen Entscheidungsträger bisweilen in einem erheblichen Maße bis hin zur „Brandstiftung“ kritiklos reproduziert. Kritische Distanz zur Kriegspolitik lagen und liegen zumeist außerhalb des journalistischen und medialen „Mainstreams“. Damit versagen die Medien nicht nur in dem Augenblick, in dem sie am notwendigsten gebraucht würden, nämlich dem Krieg durch umfassende und kritische Berichterstattung die Zustimmung der Öffentlichkeit zu entziehen, sondern eröffnen selbst bisweilen eine eigene Front, die Medienfront.

Zu einem ähnlichen Ergebnis gelangt, basierend auf Ergebnissen der Medien- und Kommunikationsforschung, der Kommunikationswissenschaftler Georg Ruhmann, demnach „Nachrichtenmedien bis auf wenige historische Ausnahmen - gerade in Krisen- und Kriegszeiten - das Bewusstsein und die Einstellungen der Eliten nicht in Frage stellen, sondern reproduzieren“.¹⁹ Die vermutlich auffälligste Art dieser Reproduktion ist die unkritische Wiedergabe der Kriegs-Terminologie der Elite. So beispielsweise die Übernahme euphemistischer Begriffe wie „Kollateralschaden“.

¹⁸ Fisk, Robert, „Medien zum Kosovo“, in: Le Monde diplomatique, 13.8.1999, S. 1-3.

¹⁹ Ruhmann, Georg, „Ist Aktualität noch aktuell“, in: Löffelholz, Martin, „Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation“, Opladen, 1993, S. 89.