

Seminararbeit

Kriege im 21. Jahrhundert:

„ Neue Kriege und mediale Inszenierung“

eingereicht von:

Sonnbichler, Natalie

Servitengasse 1/27

1090 Wien

0650 925 53 97

talie@chello.at

Matr. Nr. 9601073

HF: PKW (301)

NF: gew. Fächer (295)

Seminar G10

WS 2002/03

Univ.- Prof. Dr. Eva Kreisky

Institut für Politikwissenschaft der Universität Wien

Inhaltsverzeichnis

1. Einleitung	3
2. Problemumriss	4
2.1 Fallbeispiel: Mediale Re-Aktionen auf „9/11“	6
2.1.1 Die Unfassbarkeit des Feindes	6
3. Phänomen Medienrealität	9
3.1 Zerrspiegel der Wirklichkeit	9
3.1.1 Bilder und die Sprache der Medien	10
3.1.2 Medienrealität und Journalismus	12
3.2 Konsens und Instrumentalisierung	12
3.3 Interdependenzen und Kritik	14
3.3.1 PR und (differenzierte) Fremddarstellung	15
4. Krieg: Realität, Konzeption und Fiktion	18
5. Analyse medialer Wirklichkeit	19
5.1 Der Schauplatz nach dem Attentat in New York	21
6. Conclusio	26
7. Verwendete Literatur	28

1. Einleitung

„Terroristische Akteure haben sich von jeher aller Möglichkeiten einer medialen Verstärkung ihrer Aktionen bedient.“ (Münkler 2002a: 8)

So einprägsam und unfassbar die gewaltsamen Anschläge vom 11. September 2001 in New York und Washington auch waren, so penetrant perpetuieren danach die Signale des ungebrochenen Willens in Form von Patriotismusbekundungen in den Vereinigten Staaten. Der Chronologie zufolge manifestierte sich das mediale Kriegstrommeln schließlich im Oktober 2001 als militärischer Vergeltungsschlag gegen die Taliban in Afghanistan und findet seit März 2003 im „Präventionskrieg“ gegen den Staat Irak eine monatelange Fortsetzung. Laut den in den USA regelmäßig durchgeführten demoskopischen Umfragen hält die Bevölkerung mehrheitlich an dem monokausalen Interpretationsmuster fest, die USA würde als Terror-Opfer den friedensgefährdenden „internationalen Terrorismus“ zurecht bekämpfen.

Für die Kolportage derartiger komplexitätsreduzierter Monokausalitäten zeigen sich Massenmedien als besonders geeignet, wobei die Kategorie „Wahrheit“ keinen zentralen Moment von kommerziell ausgerichteten Medien darstellen kann. Dem gegenüber steht allerdings jener Großteil der RezipientInnen, der massenmediale Aussagen im Bereich der Nachrichten und Berichte als wirklichkeitsnah wahr-, an- und ernstnimmt. Dies ruft jene akademische Debatte rund um Massenmedien als realitätserzeugende Instanz in Erinnerung, die spätestens seit Niklas Luhmanns publizierter Schrift „Die Realität der Massenmedien“ rege geführt wird. Der Soziologe eröffnete sein 1996 erschienenes Werk mit dem mittlerweile populären und viel zitierten Satz: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“

Ein kleines Gedankenexperiment soll das Spannungsfeld beleuchten: Was wäre, wenn die Kriegsberichterstattung ab dem heutigen Tag in der Lage wäre, regelmäßig und ausnahmslos alle zwischen-, inner- und außerstaatlichen Ereignisse zu erfassen und medial zu verarbeiten – und zwar in einer der zivilen Opferzahl entsprechenden Relation? Das Szenario, dass mitteleuropäische RezipientInnen sich vermehrt mit Konflikten des Afrikanischen Kontinents befassen und eine größere Chance haben, Betroffenheit zu entwickeln, wäre denkbar. Andersrum könnte ein totaler

Publikationsstopp bedeuten, dass die Masse der RezipientInnen mit fortlaufender Zeit immer geringere Kenntnisse über gewaltsame Konflikte besitzen würde, sofern kein individueller Informationszugang vorhanden ist. Diese Überlegungen skizzieren grob die politische Medienmacht bzw. die Kraft massenmedialer Aussagen im Hinblick auf das politische Klima eines Landes. Werden Medien auf der einen Seite gerne als autonome Kritik- und Kontrollinstanz mit verfassungsrechtlicher Garantie auf Ausübung der Presse- und Meinungsfreiheit beschrieben, die über Legislative, Judikative und Exekutive wacht („vierte Gewalt“), so zeigt sich andererseits ein enormes Potential zur Instrumentalisierung durch staatliche, ideologische, religiöse und unternehmerische Gruppierungen.

2. Problemumriss

„Medien“ und „Krieg“ sowie deren Akteure stellen die zentralen Begriffskomplexe dar. Innerhalb dieses Bezugssystems wird eine Überlegenheit im Medien-, Nachrichten- und Informationsbereich als essentielles kriegsstrategisches Mittel der Gegenwart vermutet. Der Gedanke liegt nahe, dass die Bildung öffentlicher Akzeptanz und Unterstützung gegenüber militärischen Interventionsvorhaben einer Staatsführung insbesondere in demokratisch konzipierten Ländern eine legitimierende Rolle einnimmt – schließlich gilt die Durchsetzung militärischer Angriffe durch eine volksgewählte Regierung als „argumentationsbedürftig“. „Demgegenüber sind in autoritären Regimen die Medien Teil des politischen Systems und werden von diesen instrumentalisiert.“ (Reeb: 5). Dieses Zitat verdeutlicht einmal mehr das Unbehagen gegenüber der Instrumentalität von Medien, da Demokratien den normativen Anspruch der Kritik- und Kontrollfunktion von Medien fordern.

Dass nur ein geringer Prozentsatz der Gesamtbevölkerungen direkt an gegenwärtigen Kriegshandlungen der „globalisierten, neuen Kriege“ teilnimmt (vgl. Kaldor: 144), erhöht wohl die Bedeutung der (ver)öffentlich(t)en Meinung(en) als Orientierungsschild für die Zivilgesellschaft. Umso wichtiger erscheint ein auf dem öffentlichen Podium der Massenmedien geführter Diskurs, der auf Pluralismus von Perspektiven fundiert. Schließlich kann die zivile Öffentlichkeit sowohl Beginn, Verlauf als auch Beendigung von militärischen Auseinandersetzungen wesentlich mitbestimmen – der amerikanische Krieg in Vietnam gilt als Musterbeispiel zivilen

Machteinflusses.¹ Ein guter Indikator für Perspektivenvielfalt stellt die Beantwortung der Frage dar, in welchem Ausmaß divergierende und kritische Stimmen zu Wort kommen und nicht, wie viele Personen an einem Diskurs teilnehmen.

Die Geschehnisse auf dem Podium der Öffentlichkeit üben großen Einfluss auf die Gesellschaft aus. Dies geht soweit, dass eine funktionierende Medieninfrastruktur sich als „Waffe“ gegen die Bevölkerung richten kann: Nach Münkler ist in „hochentwickelten Ländern“ eine „dramatisch gestiegene Verletzlichkeit durch ihre hohe Mediendichte“ zu verzeichnen. Die eigendynamisch in Endlosschleife ausgestrahlten Fernsehbilder eines Flugzeugs, zweier Hochhäuser und jener hollywoodgerechten Explosionen stellen die Erfolgsergebnisse einer schreckenserzeugenden Strategie dar. Die weltweite Zurschaustellung der Verwundbarkeit der Vereinigten Staaten im eigenen Land durch eine transnationale Organisation verursachte einen Bewusstseinschock. Dieser enorme psychische Druck auf die Bevölkerung erzeugte ein angsterfülltes Klima, welches sich letztlich in einem messbaren wirtschaftlichen Schaden widerspiegelte (vgl. Münkler 2002b: 177).

Die Kriege der Gegenwart scheinen demnach mehr denn je das Management von Medien und Informationen zu bedingen, die wahrgenommene Kriegsrealität steht mit den Erzeugnissen des Mediensystems in enger Beziehung. „Sich als festen Bestandteil militärischer Strategien etablierend, umfasst die Informationskriegsführung ein ganzes Bündel von Maßnahmen, angefangen von der klassischen Propaganda und ihren Mitteln über psychologische Operationen (PsyOps), nachrichtendienstliche Kriegsführung und militärische Angriffe auf Kommunikationseinrichtungen bis hin zum elektronischen Krieg im Cyberspace.“ Aus der aktuellen militärischen Sicht sei „die Überlegenheit im Informationsspektrum so entscheidend (ist) wie früher die Besetzung eines Landes oder die Kontrolle des Luftraums.“ (Reeb: 10).

¹ Obwohl die allgemeine Berichterstattung die Kriegstätigkeit in Vietnam anfangs moralisch unterstützte, wurde dieser Krieg bekanntlich „auf US-Territorium“ unter dem öffentlichen Druck der Antikriegsbewegungen verloren: „Zu Hauptfeinden erkoren sie (*die Befürworter des amerikanischen Engagements in Vietnam*) zwei Institutionen: die Medien und die Universitäten. (...) das Fernsehen habe ein verzerrtes Bild der Kämpfe in Vietnam präsentiert. (...) Die Studenten wiederum hätten das innenpolitische Klima vergiftet“ (Frey: 150).

2.1 Fallbeispiel: Mediale Re-Aktionen auf „9/11“

Ausgangspunkt der vorliegenden Arbeit bilden die Fernsehbilder der Anschläge vom 11. September 2001 auf New York und Washington, dessen Ausstrahlung für eine neue Dimension der Informationskriegsführung – nämlich der medialen Machtinszenierung durch ein Live-Attentat – stehen kann. Das *Novum* dieses Ereignisses liegt zum einen in der Verwendung der US-Infrastruktur (vom Flugzeug bis zum Medienzentrum New York und seinen TV-Kameras) als Waffe und zum anderen in der extrem geringen Zeitdifferenz zwischen Ereignis und Publikationsmoment bzw. in der (partiellen) Gleichzeitigkeit. Die Echtzeitübertragung schaltete anfänglich jegliche politische Medienkontrolle und Einflussnahme vollständig aus. In diesen wenigen Minuten des *Kontrollverlustes* über die gezeigten Medieninhalte – schließlich fehlten zu den Live-Bildern ein adäquater Text, also Hintergrundinformationen die zu Analysen und Erklärungsversuchen notwendig gewesen wären – verwandelte sich die mediale Plattform in einen Kriegsschauplatz.

Der folgende Abschnitt und insbesondere Kapitel 5 ist der medialen Entgegnung auf das medienvermittelte US-Trauma „9/11“ gewidmet. Der neue Kriegsschauplatz musste zurückerobert werden, die Wiedereinnahme des „Medienterritoriums“ durch mediale Reaktionen erfolgen. Diesen Ausführungen liegt ein akteursorientiertes Gedankenmodell zugrunde, worin vier Bezugspunkte ausgemacht werden können, die zueinander in Beziehung treten: Erstens die Wirkungsinstanz der Medien, zweitens die Rezeptions- und Reaktionsinstanz der Bevölkerung, drittens und viertens die oftmals diametral dargestellten Konflikt- bzw. Kriegsparteien. Davon ausgehend, dass militärische Auseinandersetzung mehr als den Willen der politischen Führung bedürfen, d.h. maßgeblich von der wirtschaftlichen und moralischen Unterstützung der zivilen Bevölkerung abhängen, erhält die mediale Akteursdarstellung im Kriegsverlauf einen äußerst hohen Stellenwert. Auch die Darstellung in der Vorbereitungszeit und der damit verbundenen Definitionsmacht über die Situation ist nicht zu unterschätzen.

2.1.1 Die Unfassbarkeit des Feindes

Nach Clausewitz wird Krieg als „Akt der Gewalt, um den Gegner zur Erfüllung unseres Willens zu zwingen“ definiert und als rationale Tätigkeit gesehen, die zwischen Staaten zur Durchsetzung von Staatsinteressen stattfindet (vgl. Clausewitz: 13). Die „instrumentelle Subsumtion des Krieges unter die Politik“ gilt als zentraler Aspekt, Krieg wird aus der Sicht von Clausewitz „als Fortführung der Politik mit anderen Mitteln“ beschrieben (vgl. Münkler 2002c: 94). Derartige Eckdaten zu

bestimmen fällt im Fall der Anschläge in New York und Washington schwerer, sie findet dennoch im Rahmen medialer Kriegsrhetorik statt. Da zu Beginn weder der attackierende Gegner, noch dessen Zielsetzung (be)greifbar waren, hätte man den Eindruck gewinnen können, die Vereinigten Staaten würden einen Gegner nach dem Muster „alter Kriege“² konstruieren, indem die transnational organisierten Attentäter einem verantwortlichen Staat zugeordnet werden. Den Startschuss lieferte die Ansprache des amerikanischen Präsidenten George Walker Bush vom 11. September 2001³ an die Nation. Diese Rede besitzt den Stellenwert der ersten offiziellen Mitteilung von Seiten der US-Staatsführung und wiegt der immensen Reichweite nach besonders schwer. Der rituelle und offizielle Charakter der Rede setzt die personifizierte Staatsspitze Bush in Szene und unterstreicht somit auch die Institution des Staates. Ein weiteres Mal wird die staatliche Ordnung in das Bewusstsein der Menschen reproduziert. Inhaltlich definierte die Rede eine krisenhafte Situation als Auftakt zum Gegenschlag, zum sogenannten „Krieg gegen den Terror“⁴. Der US-Präsident hält darüber hinaus erste Erklärungen bereit, die das patriotische Selbstbildnis revitalisieren: „America was targeted for attack because we’re the brightest beacon for freedom and opportunity in the world.“ Auch das Feindbild erhält seine ersten Konturen im Satz: „We will make no distinction between the terrorist who committed these acts and those who harbor them.“ Eine militärische Intervention gegen eine transnationale Organisation wie der islamisch-fundamentalistischen El Kaida/Al Qaida würde an die Grenzen der hochgerüsteten US-Militärmacht stoßen, dementsprechend wichtig scheint die Festlegung der Täterschaft auf der Ebene der Mitschuld zu sein. In diesem Augenblick eröffnet sich die Möglichkeit einer erfolgreichen Vergeltung, schließlich können nun ganze Staaten in die Verantwortung gezogen werden. Denn welchen Nutzen stellt die Überlegenheit im Luftraum dar, wenn die Gegner unsichtbar und nicht zu fassen – also unbesiegbar – sind?

Die multilaterale Hegemonialpolitik der USA wird in der reichweitenstarken Radioansprache einmal mehr gestärkt und die Führungsrolle der Vereinigten Staaten im „Kampf für kollektive Sicherheit“ unterstrichen: „Our military is powerful, and it’s prepared.“ sowie „America and our friends and allies join with all those who want peace and security in the world and we stand together to win the war against

² Nähere Ausführungen in Kapitel 4: Krieg: Realität, Konzeption und Fiktion.

³ Quelle: <http://www.whitehouse.gov> (20.12.2003)

⁴ Die Regierung Reagan verkündete selbiges bereits vor rund 20 Jahren, damals wurde der „internationale Terrorismus“ noch von der Sowjetunion gefördert.

terrorism." Seit dem abhanden gekommenen Feind im West-Ost-Konflikt des kalten Krieges bediente sich die Regierung Bush damals (und heute) erneut altbekannten Polarisierungen in „Gut“⁵ und „Böse“⁶ – in späterer Folge wird das gegnerische „Böse“ durch die Person Osama bin Laden bzw. Saddam Hussein personifiziert. Das staatsterritorial abgrenzbare Angriffsziel der amerikanischen Armee war somit anvisiert und „argumentiert“, speziell die propagandistische Verwendung des Begriffes „Terrorismus“ ermöglichte die Einstimmung der zivilen Bevölkerung.

Wird Krieg nun in der Clausewitz'schen Tradition stehend als „erweiterter Zweikampf“ und „ein Messen der moralischen und psychischen Kräfte“ auf dem Schlachtfeld definiert (Münkler 2002: 79), so führt diese Vorstellung nicht nur zur Bestimmung eines Gegenübers, sondern auch zu einem verbindlichen Regelkatalog. Auch Mary Kaldor vertritt die Regulationsauffassung: „Jede Form von Krieg ist regelgeleitet; schon der Umstand, daß Kriegführen eine sozial anerkannte Tätigkeit ist, setzt Regeln voraus. Ein schmaler Grat verläuft zwischen der gesellschaftlich akzeptierten Tötung von Menschen und dem, was die Gesellschaft ächtet.“ (Kaldor: 31). Aber woher sollte die Zivilität von Art und Ausmaß der Gewaltausübung und Tötung erfahren, wenn sie nicht unmittelbar involviert ist? Hier bleibt der Großteil der Bevölkerung auf die Mitteilung aus dem Mediensystem angewiesen. Über die Einhaltung oder Übertretung der Kriegsregeln medial zu berichten, Inhalte zu modifizieren oder auszulassen, kann die gesellschaftliche Wahrnehmung und ihre Bewertung der Situation erheblich beeinflussen, wie in Kapitel 3 noch ersichtlich werden soll.

Zusammenfassend stellen sich folgende allgemeine Fragen zur Produktion und Vermittlung von Kriegs- und Konfliktrealität durch Medien: Inwiefern können Massenmedien der Gegenwart innerhalb einer bestimmten Problemsituation soziale Kontrolle ausüben und öffentliche Konformität herstellen? In welchem Rahmen wirken die beteiligten Kommunikationssphären, in erster Linie Journalismus und politische Öffentlichkeitsarbeit, aufeinander?

⁵ Amerika und „The American Way of Life“ im Allgemeinen und Feuerwehrmänner, Polizisten, Helfer und Soldaten im Besonderen.

⁶ George Walker Bush bezeichnet Saddam Hussein als „bösen Menschen“ (12. 10. 2001). Auch die Deklaration der „Achse des Bösen“ zwischen Irak, Iran und Nord-Korea und der Vorwurf des Besitzes von Massenvernichtungswaffen durch G.W. Bush (30. Januar 2002) zählt dazu.

3. Phänomen Medienrealität

Der etablierte kommunikationswissenschaftliche Erkenntnisstand im Bereich „Realitätsinszenierung in der Massenkommunikationsgesellschaft“ (vgl. Burkart: 286) umfasst im Wesentlichen drei Behauptungen, die das Verhältnis von Massenmedien und Wirklichkeit beschreiben helfen:

3.1 Zerrspiegel der Wirklichkeit

„Zum einen, daß Medien die Realität nicht abbilden (können), sondern uns in der Regel höchst selektive, ungenaue, tendenziöse, verzerrte und daher konstruierte Weltsicht bieten (Burkart: 286). Die „weltdeformierende Abbildfunktion“ der Medien als Untersuchungsgegenstand definiert bzw. die realitätskonstruierende Bedeutung von Massenmedien und Massenkommunikation erkannt zu haben, stellt eine der bisherigen Hauptleistungen des Fachs Publizistik- und Kommunikationswissenschaft schlechthin dar. Eine objektive Wirklichkeit mag diesem Verständnis nach zwar existieren, sie entzieht sich allerdings dem menschlichen Fassungsvermögen. So können Individuen über Wahrnehmungs- und Verarbeitungspotentiale verfügen, die es mehr oder weniger erlauben Differenzen, Ambivalenzen, Zusammenhänge oder Komplexität zu erfassen und ein graduell unterschiedliches, ausgeformtes Weltbild herzustellen. Aber diese individuell erzeugte Weltansicht des Erkenntnissubjektes kann keineswegs *die* (einzig wahre) Realität aller Menschen präsentieren. Anstatt als Folgerung einer singulärer Objektivität kann Realität als ein sozial-kulturelles Konstrukt – im besten Fall auf der Grundlage von Perspektivenpluralismus – begriffen werden.

Zum besseren Verständnis hilft es, an dieser Stelle die Begriffe der Alltags- Operations- und Medienwirklichkeit einzuführen (vgl. Patzelt: 368): Der Term *Alltagswirklichkeit* meint die individuell erfahrbare Lebenswelt, die jeder einzelne Mensch aus eigenen, d.h. primären Erfahrungen kennt und erlebt. Mit *Operationswirklichkeit* werden jene Ausschnitte der Welt beschrieben, in denen die Gesamtheit der Menschen handeln, demnach stellt die eigene Alltagswirklichkeit zwar einen Teil der Operationswirklichkeit dar, aber: „(...) der größte Teil der Operationswirklichkeit liegt *außerhalb* der eigenen Lebenswelt.“ (Patzelt: 369). Dieser Umstand macht Menschen von den Vermittlungsleistungen anderer abhängig. Die KommunikatorInnen können ihre unmittelbaren, also primären Erfahrungen, die aus ihren jeweiligen Operationsgebieten stammen, in einer unspezifischen Form

(z.B. medial oder face-to-face) weitergeben. In diese Kerbe schlägt auch die Kommunikationswissenschaftlerin Keppler: Sie führt aus, dass heutiges Wissen überwiegend ein sozial abgeleitetes Wissen darstellt, nur ein geringer Teil der Erfahrungen werden selbst gemacht. Der Großteil der Orientierungspunkte bzw. Wissen resultiert aus (medialer) Übermittlung (vgl. Keppler: 17).

Unter *Medienwirklichkeit* wird wiederum jene Wirklichkeit verstanden, die in den Massenmedien als „Status quo der Welt“ ausgewiesen und als sekundäre Erfahrung der RezipientInnen definiert wird. Der Reibungspunkt kristallisiert sich heraus, als Keppler den Stellenwert massenmedialer Berichterstattung beim Publikum betont: in der Regel gelten Nachrichten und Berichte als besonders zuverlässig und authentisch – sie kommen einer Einstufung mit primären Erfahrungen gleich. Die Autorin beschäftigt sich in ihrer Untersuchung mit Präsentationsarten von Informationen im Bereich TV-Nachrichten und kommt zum Schluss, dass Bilder die zu Ton und Text gezeigt werden, die Glaubwürdigkeit der Informationen im Prinzip untermauern.

3.1.1 Bilder und die Sprache der Medien

Der Medientheoretiker Postman bezieht sich auf Studienergebnisse von Ames, der belegen konnte, dass die Außenweltwahrnehmung durch die „Filter unseres Nervensystems“ läuft und somit ein subjektives Konstrukt durch den Menschen darstellt. Postman führt diesen Gedanken fort und meint, dass hinter der Verarbeitung von Eindrücken ein sprachlicher Prozess steht, der nicht neutral sondern ordnend, kodifizierend und strukturierend sei – folglich gibt jede Art von Sprache ihrerseits eine einmalige Wahrnehmung von Realität vor. „Wir leben innerhalb der Schranken unserer sprachlichen Spielräume“ (Zitat Postman, in: Klook 59), d.h. dass Sprache die Wahrnehmung und den Bedeutungshorizont beeinflussen. Es geht um die Sprachleistung, die in dem Vorgang der Benennung von Dingen und Begebenheiten besteht: was „zur Sprache gebracht“ wird, wird definiert und existiert.

Sprache stellt demnach das Medium über das die Realitätserfahrung gemacht wird dar, insbesondere das Fernsehen hätte eine „neue Sprache“ produziert, die als eigenes Sprach-System begriffen werden kann, wobei Bild-Sprache die Schrift-Sprache bereits verdrängt hätte, so Postman. Im Unterschied zum Schrift-System, welches über begrifflich-rationale Diskurse begriffen wird, spricht der Medientheoretiker von einer emotional-regressiven Wahrnehmung beim Bild-System. Zusätzlich fordert der etablierte Sprech- und Sprachstil in Nachrichtensendungen zur

Nivellierung der Inhalte auf, denn sie lassen während der Interpretationsarbeit die Gewichtung und Konnotation der präsentierten Informationen nur bedingt zu (vgl. Keppler: 19). So fällt zunächst die typische Uniformität im Sprechstil der SprecherInnen auf: Durch den monotonen Tonfall, geringe Pausenfrequenz und hohe Sprechgeschwindigkeit wird der Eindruck einer neutralen, weil unpersönlichen Übermittlung von Daten und Fakten hergestellt. Mediensprache ist demnach in der Lage mittels bestimmter Darstellungsart Faktizität zu erschaffen.

Zurück zur Studie von Keppler: Die Untersuchungsergebnisse belegen die Signifikanz visueller Darstellung als Maßstab für Glaubwürdigkeit. Die These wird durch zusätzliche Umfragen gestützt, Keppler erhielt zahlreiche Aussagen von RezipientInnen wie „Die zeigen ja Bilder, und die können nicht lügen“, „man kann alles sehen“ oder „weil man durch das Filmmaterial am objektivsten beurteilen kann, was stimmt“. Die Resultate verdeutlichen eine starke Tendenz des Publikums, die Authentizität der Bilder unhinterfragt vorauszusetzen und mit der Vorstellung einer Augenzeugenschaft zu verbinden. Diese Augenzeugenschaft wurde und wird von verschiedenen TheoretikerInnen behandelt, die Anerkennung von Bildern als „Beweisstücke im historischen Prozess“ geht auf eine lange Tradition zurück. Ebenso wird Bildern eine „verborgene politische Bedeutung“ eingeschrieben (vgl. Benjamin über den Fotografen Atget: 21).

Im Unterschied zu Benjamin analysieren und diskutieren MedienkonsumentInnen die Bildprodukte jedoch weder auf der Metaebene, noch auf der Produktionsebene. Das vorhandene (akademische) Wissen um produzierte Medienrealität greift in der Gesellschaft nicht – es bleibt unbewusst. Benjamin richtet seine Kritik an die „Forderung der Rezeption im bestimmten Sinne“ und spricht damit die Unmöglichkeit an, Medienerzeugnisse per freischwebender Kontemplation, konzentriert, oder mit Reflexionsspielraum zu rezipieren. „Die Direktiven, die der Betrachter von Bildern in der illustrierten Zeitschrift erhält, werden bald darauf noch präziser und gebieterischer im Film, wo die Auffassung von jedem einzelnen Bild durch die Folge aller vorangegangenen vorgeschrieben erscheint.“ (Benjamin: 21) Klarer wird dieser Einwand, als der Autor die Rezipierenden zusätzlich als oberflächliche Begutachtende bezeichnet: „Das Publikum ist ein Examinator, doch ein zerstreuter.“ (Benjamin: 41).

Als Fazit lässt sich festhalten, dass neben einer illustrativ-dekorativen auch die wirklichkeitsbezeugende Bildwirkung und die Faktizität erschaffende Mediensprache nicht vernachlässigt werden darf.

3.1.2 Medienrealität und Journalismus

In erster Linie kommt es durch journalistische Arbeit zur „MIT-TEILUNG“ an die „zerstreute Masse“. So wie alle wirklichkeitsabbildenden Prozesse, unterliegt auch die journalistische Realitätsbeschreibung mehr oder weniger perspektivischen und selektiven Filtern – auch die finanzielle Medienstruktur und eventuelle ökonomische Abhängigkeiten zu Dritten (v.a. Werbekunden) können journalistische Arbeit beeinflussen. Der Produktionsprozess, der eine Information in eine „objektive Nachricht“ transformiert, bleibt für das Publikum weitgehend unsichtbar. Zudem sind die meisten Bereiche der Operationswirklichkeit auch für JournalistInnen eingeschränkt zugänglich.⁷

Im Allgemeinen kann gesagt werden, dass die Masse der Bevölkerung den Zugang zur Operationswirklichkeit durch Medienwirklichkeit findet. Insbesondere die „Welt der Politik“ bleibt der Bevölkerung fremd (vgl. Patzelt: 371). Was JournalistInnen in Massenmedien über die Welt der Politik vermitteln, steht nachweislich im direkten Zusammenhang mit der aktuellen politischen Lagebeurteilung der Bevölkerung eines Landes.⁸ Medieninhalte sind in der Lage, die öffentliche Meinung und damit die Ergebnisse demoskopischer Umfragen zu prägen, dieser Mechanismus wird wiederum von der politischen Klasse sehr ernst genommen.

3.2 Konsens und Instrumentalisierung

Die zweite zentrale Behauptung die in Verbindung zu Massenmedien und Wirklichkeit steht, verweist darauf, „dass es für diese Selektions- und Interpretationsprozesse (vermutlich schon seit mehreren Jahrhunderten) einen allgemein verbindlichen Konsens im Journalismus gibt: die Nachrichtenfaktoren⁹.“ (Burkart: 287). Die realitätserzeugende Instanz wird demnach nicht ausschließlich in

⁷ Die Inhalte wurden bereits vorformuliert: So bezogen die KriegsberichtersteratterInnen in Irak im Frühjahr 2003 ihre Informationen hauptsächlich von PR-gemanagten Quellen: Eine Morgenkonferenz durch den Sprecher des Weißen Hauses (Ari Fleischer), Mittags das Militär-Briefing von CENTCOM in Doha und nachmittags die Pressekonferenz des Pentagons. Der Irakische Informationsminister war hingegen auf dem staatlichen Sender Irak-TV und der ausländischen Sender in Bagdad zu sehen.

⁸ Dieser theoretisch plausible Zusammenhang konnte durch Koppelung der systematischen Medieninhaltsanalyse und demoskopischen Umfragen empirisch nachgewiesen werden. Seit 1993 werden in der Zeitschrift Medien Tenor (Leipziger Institut für Medienanalyse GmbH) monatlich aktuelle Ergebnisse zu dieser Thematik veröffentlicht.

der Person der/des JournalistIn gesehen, die Bemühungen drehen sich rund um einen Kriterienkatalog, welcher jene Faktoren beinhalten soll, die ein Ereignis der Operationswirklichkeit *am ehesten* zu einer tatsächlich vermittelten Meldung, d.h. zum Bestandteil der Medienwirklichkeit machen. Beispiele für Kriterien der Nachrichtenselektion und -verarbeitung sind u.a. Einfachheit, Identifikation und Sensationalismus. Im Rahmen der Nachrichtenwert-Theorie lässt sich zeigen, dass es im Hinblick auf Auswahl und Interpretation von Ereignissen einen unbewussten, aber messbaren und allgemeinverbindlichen Konsens im Journalismus gibt.

Die dritte medientheoretische Behauptung bezieht sich auf das Potential der Instrumentalität von Medien. Burkart gibt den Hinweis: „daß selbst dieser Nachrichtenwert den Fakten und Ereignissen nur sehr bedingt „anhftet“: Themen gewinnen oft genug v.a. deshalb mediale Aufmerksamkeit, weil sie die Kommunikatoren instrumentalisieren, d.h. als Mittel zur Unterstützung bestimmter Ziele verwenden“ (Burkart: 287). Die Frage, warum ein Ereignis berichtenswert gewesen sei, wird in erster Linie oberflächlich mit der Wichtigkeit des Themas beantwortet – diese Erklärung verdeckt jedoch, „weshalb man es für so wichtig gehalten hat“ (Kepplinger 1992: 48). Diese Sichtweise distanziert sich von der kausalen Nachrichtenauswahl¹⁰ und räumt der Intentionalität journalistischen Handelns mehr Platz ein. Burkart verweist auf einschlägige Studien, die JournalistInnen als politisch Handelnde identifizieren, „indem sie insbesondere bei gesellschaftlich relevanten und konfliktreichen Themen (bewusst oder unbewusst) einseitig berichten“ (Burkart: 284).

Zielgerichtete und interessensgeleitete Kommunikation, die im Allgemeinen aktiv und intentional und im Besonderen durch die Überbewertung eines Aspekts stattfindet, wird als *Instrumentalisierte Aktualisierung* bezeichnet (Kepplinger 1989: 199). Diesem Konzept nach, werden Themen nicht ausschließlich aufgrund ihrer „natürlichen“ Relevanz bzw. ihres Nachrichtenwertes verarbeitet und publiziert, sondern auch aufgrund des gezielten Engagements verschiedener KommunikatorInnen¹¹. Im Rahmen politischer Konflikte können massenmedial verbreitete Meldungen als Instrument dienen, eine bestimmte Art der

⁹ Zur ausführlichen Erläuterung der Nachrichtenwert-Theorie siehe Burkart 279ff.

¹⁰ Hier ist gemeint, dass die Nachrichtenfaktoren von Ereignissen bzw. Meldungen als Ursache gelten und die journalistische Selektionsentscheidung die Wirkung darstellt.

¹¹ Darunter können wie bei Kepplinger JournalistInnen, HerausgeberInnen, VerlegerInnen, m.E. aber auch PressesprecherInnen und PR-Tätige die für politische Parteien oder staatlichen Dienst arbeiten, summiert werden.

Konfliktbewältigung und/oder politischen Entscheidung in der öffentlichen Meinung zu verankern. Das Modell der instrumentellen Aktualisierung rückt damit die Handlungsmotive der KommunikatorInnen in den Vordergrund.

Unterm Strich spielen Massenmedien eine bedeutende politische Rolle¹² hinsichtlich der Realitätswahrnehmung der Bevölkerung. Neben den konsenserklärenden Nachrichtenwertfaktoren erweitert die Theorie der instrumentellen Aktualisierung das zu untersuchende Gesamtbild um den Aspekt der zielgerichteten (politischen) Handlung von KommunikatorInnen.

3.3 Interdependenzen und Kritik

Struktur und Organisation innerhalb eines Mediensystems erzeugen verschiedene Beziehungen, Abhängigkeiten und Freiräume. Beispielsweise besteht für zahlreiche Online-Medien die Möglichkeit, sich aufgrund ihrer Serverstruktur einer umfassenden Zensur zu entziehen. Weniger Freiräume bietet scheinbar jene Arbeitssymbiose, die politischer Journalismus und politische Klasse eingegangen sind. Beide arbeiten mehr oder weniger für die Öffentlichkeit, die Entwicklung von – teils personenbezogenen – Abhängigkeiten überrascht kaum. „Grundmodell der Beziehung zwischen dem politischen System und dem Mediensystem ist eine Tauschbeziehung, bei der „Information gegen Publizität – und umgekehrt – eingetauscht wird (Sarcinelli 1994, Zitiert in: Jarren 422).

In konfliktreichen Situationen bildet dieses Handlungssystem zwischen Politik und Medien und die resultierenden Interdependenzen die Basis zum vorausseilenden Gehorsam von Seiten des Journalismus. Dieser Zustand der „Selbstzensur“ negiert das Medienkonzept der „vierten Gewalt“. ¹³ Obwohl das Gewicht der Kritik- und Kontrollfunktion der Massenmedien seit jeher Gegenstand kontroverser Fachdiskussionen ist (vgl. Burkart: 396) bzw. sogar die Zuerkennung einer eigenständigen Kontrollfunktion umstritten bleibt, soll hier zumindest der kleinste gemeinsame Nenner, nämlich Massenmedien als ein öffentliches Podium mit vielstimmigem Dialog, gelten.

¹² „Einen sehr überzeugenden Hinweis auf diese große politische Rolle stellt dar, daß autoritäre und totalitäre Regime stets rasch versuchen, über Zensur und vorausseilenden Gehorsam eine wirkungsvolle politische Kontrolle über Massenmedien und Journalisten zu gewinnen.“ (Patzelt: 370).

¹³ In demokratisch organisierten Gesellschaften wird diese Kontrollfunktion von der Bevölkerung gerne als Idealvorstellung und – wie bereits erwähnt – auch als normativen Anspruch an Massenmedien vorausgesetzt.

Nun besitzen nicht alle Individuen die gleichwertige Chance, auf diesem öffentlichen Podium Stellung zu beziehen. Wer darf also überhaupt auf dieser Plattform Platz nehmen? Wie lange und wie laut wird kommuniziert, und worüber? In diesem Zusammenhang wird gerne das Maß des journalistischen Einflusses diskutiert, da die Person des/der JournalistIn im Gegensatz zu PolitikerInnen keine unmittelbare Legitimation durch die Bevölkerung genießt. Zudem bleiben JournalistInnen relativ „unsichtbare“ Meinungsbildner. Problematisch zeigt sich in erster Linie die verdeckte instrumentelle Aktualisierung, also die „Unscheinbarkeit der Gesinnung“ die hinter der vorausgesetzten Berufsobjektivität zu verschwimmen droht. Ein Beispiel: Die Nennung von Statistiken oder Zahlen stellt ein markantes Detail im Bezug auf die mediale Verwertung von Ereignissen dar. Nicht nur die Anzahl von DemonstrantInnen variiert je nach Quelle, auch die offizielle Opferzahl getöteter Zivilisten innerhalb eines kriegerischen Konfliktes ist veränderlich. So kann auch die Publikation einer Zahl, also eines (vermeintlichen) Faktums, im Rahmen der instrumentellen Aktualisierung erfolgen.

Generell bleibt der journalistische Arbeitsethos für das Gros der RezipientInnen ungeklärt¹⁴, obwohl sich das Spannungsfeld zwischen gewissenhaft-objektiver Darstellung, kritischer Reflexion, intentionaler Inszenierung und Öffentlichkeitsarbeit breit macht. Dabei ist die Grenzziehung keine einfache, denn betrachtet man journalistische Arbeiten mit politischen Themen, so vermengen sich Objektivitätsstandards oftmals mit der Intentionalität journalistischen Handelns. Dies ist vor allem dann der Fall, wenn die Inhalte der politischen PR zu den persönlichen Arbeitsinteressen der JournalistInnen aufsteigen.

3.3.1 PR und (differenzierte) Fremddarstellung

Unter Public Relations soll hier die „Selbstdarstellung partikulärer Interessen durch Information, wobei als Mittel alle Techniken und Formen schriftlicher, mündlicher, fotografischer, filmischer und audiovisueller Publizistik sowie interpersonalen Kommunikation denkbar sind“ (Baerns: 16) verstanden werden. Damit ist die Summe aller Aktivitäten gemeint, die darauf abzielen, eine Teilöffentlichkeit durch die Darstellung der eigenen Interessen zu beeinflussen – schlussendlich soll dies zur Durchsetzung der partikularen Ziele führen.

¹⁴ Schließlich widerspricht ein „zweiter Blick“ auf die medial vermittelten Informationen dem üblichen Nutzungsverhalten der RezipientInnen, denn Massenmedien sind rasch veralternde Orientierungsmittel. Dieser „zweite Blick“ soll im analytischen Abschnitt dieser Arbeit stattfinden.

Wie ungeeignet tagesaktuelle Medien als differenzierte Darstellungsinstanz sind, hat Baerns 1991 in einer interessanten Studie dargelegt: Sie zeigte den Niederschlag von PR-Aussendungen der nordrhein-westfälischen Landespolitik in allen tagesbezogenen Nachrichtenmedien dieses Bundeslandes. Dabei stellte sich heraus, dass die PR-Texte bereits in einem hohen Ausmaß von Nachrichtenagenturen aufgenommen werden (74%) und sich in den Tagesmedien widerspiegeln: Der Hörfunk und die Presse verbreitete über 60% und das Fernsehen sogar mehr als 75% der Presseaussendungen am gleichen Tag. Dabei stellte Baerns eine geringe Transformationsleistung fest¹⁵, welche durch die hohe Umschlagzeit begründet wird. Letztlich kann der Zeitfaktor die Qualität der Inhalte maßgeblich beeinflussen. Die Baerns'sche Studie entlarvt die Autonomie des Journalismus als Mythos und relativiert die in der Öffentlichkeit präsente Vorstellung von eigenständig recherchierenden JournalistInnen, welche Nachrichten in Eigenregie produzieren, indem sie selbstständig Informationen sammeln.

Eine Determination durch primäre KommunikatorInnen bleibt also durch Baerns keine vage Vermutung mehr. Wenn die Bemühungen der Public Relations tatsächlich nicht nur Themenwahl sondern auch Inhalte der Medienberichterstattung derart stark beeinflussen sollte, liegt der Konflikt rund um die in Frage gestellten normativen Ansprüchen an Medien (Stichwort: Kritik- und Kontrollfunktion) klar auf der Hand. Andererseits deuten Befunde darauf hin, dass die Determinationshypothese keineswegs so eindeutig nachweisbar ist¹⁶. Studienergebnisse zeigen, dass in Zeiten des Konflikts und in Krisensituationen die Recherchearbeit einerseits stark zunimmt, die Berichte gleichsam differenzierter verfasst werden und andererseits der Einfluss durch PR-Produkte abnimmt (Burkart: 298).

Unter der Annahme, dass auch Regierungen professionelle PR betreiben und ihren Zielen dienliche Botschaften in den Massenmedien an prominenter Stelle platzieren wollen, kann es in Krisenzeiten zur Verblässung von Kritikmechanismen kommen: Diesbezüglich sieht Chomsky in Kriegssituationen keine erhöhte Differenzierung in der journalistischen Darstellungsleistung in den Vereinigten Staaten. Der Kritiker reagierte in seinem Buch „The Attack – Hintergründe und Folgen“, auf die mediale

¹⁵ Gemeint ist die Veränderung des Textes, also die journalistische Eigenleistung in Form von Umformulierungen, Kommentaren, Ergänzungen, Kritik, etc.

¹⁶ Eine auf Österreich bezogene Replikationsstudie von Saffarnia ergab 1993, dass knapp 70% der Artikel auf Eigenleistung zurückführbar sind, während lediglich über 30% von PR-Texten stammen. Untersucht wurden publizierte Texte aus dem Innenpolitikressort vom Kurier.

Berichterstattung zum Thema „11. September 2001“ indem er im Unterkapitel „Ideologische Begleitmusik“ auf die Rolle der Massenmedien eingeht: „Es ist typisch für die großen Medien und die vorgeblichen Intellektuellen, bei einer Krise sich auf die Seite der Macht zu stellen und zu versuchen, die Bevölkerung mitzuziehen.“ (Chomsky:19). Diese Erstororientierung der Massenmedien an politisch mächtigen Interessensgruppen bzw. in diesem Fall der US-Regierung, wird vom Autor als historisch gewachsene Taktik entziffert, die sich bereits oftmals wiederholt hat, beispielsweise bei der Bombardierung Serbiens, während der Golfkriege oder zuvor im Vietnamkrieg.

Chomsky macht auf Selbstzensur und Selbstbeschränkung der Informationsfreiheit in kritischen Situationen aufmerksam (vgl. Chomsky: 22). Die medial vermittelten Erklärungen in der Folgezeit des 11. Septembers 2001 beziehen sich laut Chomsky einseitig auf die Ereignisse und widersprechen auf diese Weise dem journalistischen Grundsatz, dass in einer Konfliktsituation alle beteiligten Parteien in gleichem Maße zu Wort kommen müssen. „In den *New York Times* hieß es: „Die Täter handelten aus Haß gegen die im Westen geheiligten Werte wie Freiheit, Toleranz, Wohlstand, religiöser Pluralismus und allgemeines Wahlrecht.“¹⁷ Die Politik der USA ist unwichtig und muß daher nicht erwähnt werden.“ (Chomsky 20). Der Kritiker spricht von einer aussagenidentisch ausgerichteten Berichterstattung in den Massenmedien der Vereinigten Staaten, die zur „Selbstbeweihräucherung“ und „kritiklosen Unterstützung der Macht“ dient und durch diese provokante Haltung die Gefahr für erneute terroristische Anschläge erhöht. Die einseitige Darstellung¹⁸ des nordamerikanischen Eigenbildes als „gutes“ und patriotisches Volk, aber auch die permanente und undifferenzierte Generierung von „bösen“ Feindbildern hat nach Chomsky einen plausiblen Hintergrund: „Im übrigen bietet der Kampf gegen Bin Laden für die USA Gelegenheit, andere innen- und außenpolitische Ziele durchzusetzen, wie etwa die Militarisierung des Weltalls, den Abbau von Sozialprogrammen usw.“ (Chomsky: 22)

¹⁷ Serge Schmemmann, *New York Times*, 16. September 2001.

¹⁸ Einseitigkeit der Berichterstattung und Betonung eines bestimmten Aspekts zählt wie im Kapitel 3.2 „Konsens und Instrumentalisierung“ erläutert, bereits als Zeichen von instrumenteller Aktualisierung und kommt interessensgeleiteter Kommunikation gleich – d.h. die Berichte sind keineswegs mehr objektiv und wertfrei.

4. Krieg: Realität, Konzeption und Fiktion

Wie Kapitel 3.1 bereits zum Ausdruck bringt, werden unterschiedliche Realitätssphären differenziert. Das Verhältnis der Medieninhalte zur Operationswirklichkeit ist kontinuierlich Gegenstand von Forschungsarbeiten (vgl. Jarren: 386), aber auch Inhalt von zahlreichen Abhandlungen wie sie beispielsweise die SchriftstellerInnen Susan Sonntag und Noam Chomsky publizieren. Der Konflikttyp „war against terrorism“ der seit dem 11. September 2001 von der Bush Administration propagiert wird, stellt sich als Wirklichkeitskonstrukt der Mainstream-Medien heraus. An welchem Kriegsbegriff sich die nordamerikanische Regierung vermutlich orientierte, wurde bereits in Kapitel 2.1.1 anhand der „Rede an die Nation“ angedacht. Einen reflektorischen Zugang zur Operationswirklichkeit sollen nun die Expertisen der KriegsforscherInnen bieten:

Die etablierten Kriegstheorien bauen rund um den Staatsbegriff auf. Prägend war die klassische Definition trinitarischer Kriege nach Claus von Clausewitz. Er unterscheidet ab Mitte des 18. Jahrhunderts drei Ebenen, nämlich die Trinität von Staat bzw. politische Führung, Heer und Volk. Jüngere Konzepte von Krieg¹⁹ heben die Entstaatlichungstendenz hervor und rücken den Begriffskomplex der Globalisierung und dessen Implikationen²⁰ in den Vordergrund. So benennt Mary Kaldor die Vermengung aus territorialem Staatenkrieg, organisierter Gewalt und Menschenrechtsverletzungen als „neue Kriege“ im Zeichen der Globalisierung – exemplarisch dafür sei der Krieg in Bosnien-Herzegowina (1992-1995). Neue Kriege stellen die Umkehrung jener Prozesse dar, durch welche die modernen Staaten gebildet wurden, so ihre These. „Von früheren Kriegen unterscheiden sich die neuen eindeutig hinsichtlich ihrer Ziele, der Art der Kriegsführung und ihrer Finanzierung.“ (Kaldor:15). Im Bezug auf die Finanzierung des Krieges kommt Kaldor auf das Fazit, dass Krieg die „Legitimationsgrundlage für verschiedene Formen krimineller persönlicher Bereicherung, die zugleich die notwendigen Einnahmequellen zur Fortführung des Krieges darstellen.“ sind und bezeichnet diese Art der Kriegsökonomie als „Gefüge raubtierhafter Sozialbeziehungen“ welche die Unterscheidung in friedliche Zonen und Kriegsgebiete erschweren (vgl. Kaldor: 174). Auch Münkler, der sich auf Kaldor bezieht, erkennt in den neuen Entwicklungen

¹⁹ Z.B. Kaldor, Münkler

einen Privatisierungsprozess des Krieges (vgl. Münkler 2002c: 220), wiederholt geht er auf die „ökonomischen Interessen privater Akteure“ (Münkler 2002b: 33) ein. Die Frage, wer nun gegen wen Krieg führt, ist hinsichtlich der Operationswirklichkeit nicht so einfach zu beantworten.

Im Fall einer militärischen Intervention müssten die beteiligten SoldatInnen und die unterstützende Zivilgesellschaft allerdings wissen, wofür gekämpft wird. Der Zwang zur öffentlichen Rechtfertigung in Demokratien wächst, das „Staatsinteresse“ bedarf einer Definition. „Menschen ziehen aufgrund der verschiedensten persönlichen Motive in den Krieg (...), aber die sozial organisierte legitime Gewalt ist auf ein gemeinsames Ziel angewiesen, an das der einzelne Soldat glauben kann und das er mit anderen teilt (Kaldor: 44). Während die Kämpfenden im ersten Weltkrieg für „Vaterland und König“ an die Front gingen, wussten die Alliierten im zweiten Weltkrieg ein wenig mehr „worum es in diesem Krieg ging, (...): um den Kampf gegen Nazismus und die Verteidigung ihrer eigenen Lebensweise.“ (Kaldor: 44). Die gescheiterten militärischen Interventionen nach 1945, „insbesondere der amerikanischen in Vietnam und der sowjetischen in Afghanistan“ sieht Kaldor darin begründet, dass sich „die Soldaten nicht als Helden fühlten“. Die Debatte um Recht und Unrecht in der Öffentlichkeit konnte die Kämpfenden nicht hinreichend überzeugen. „Im günstigsten Fall begriffen sich die Kriegsteilnehmer als die Bauern im Schachspiel der hohen Politik, die ihnen verschlossen blieb, im ungünstigsten Fall als Mörder.“

Aus diesen Überlegungen heraus wird ersichtlich, mit welcher Achtsamkeit die politische Führungsklasse – in unserem Fall der USA – der Öffentlichkeit gegenüber treten muss. Ein Krieg lässt sich eher gewinnen und durchhalten, wenn die Kriegsteilnehmer das Kriegsziel als legitim erachten.

5. Analyse medialer Wirklichkeit

Im folgenden wird beispielhaft ein Exemplar medialer Wirklichkeitsherstellung vorgestellt und anhand eines Analyseleitfadens besprochen. Das Beispiel steht im Zeichen der thematischen Fortsetzung der Medienberichte über die Terroranschläge vom 11. September 2001 in New York und Washington. Im ersten Schritt wird der Versuch unternommen, den Sachverhalt entlang kommunikationsrelevanter Kriterien

²⁰ Stichworte: Privatisierung, Ökonomie der Gewalt, Dezentralisierung, Asymmetrie

zu rekonstruieren. Anschließend sollen inszenierende Momente identifiziert und diskutiert werden: unter „Inszenierung“ kann jede Vorgangsweise der Vermittlung verstanden werden, die über eine Informationsvermittlung hinaus geht, etwa die wertende oder persuasive Verwendung von Inhalten bzw. deren Formgestaltung.

Die Auswahl der Kommunikationskriterien findet auf der Grundlage des einfachen Wort-Modells von Lasswell statt: Dieser formulierte 1948 den Satz: „*Who, says What, in Which Channel, to Whom, With What Effect?*“ und umschreibt fünf evidente Forschungsgebiete, nämlich KommunikatorInnen, Aussage, Medium, Publikum und Wirkung (vgl. Jarren: 27). Im Vergleich zu Nachfolgemodellen, welche differenzierter, präziser und variantenreicher konstruiert sind, weist das Lasswell'sche Basismodell einen entscheidenden Vorteil auf: mittels Komplexitätsreduktion gelingt der Fokus auf wesentliche Elemente der Kommunikationsprozesse. Obwohl beispielsweise weder die Ebene des Feedback, noch die Wechselwirkungen zwischen den Forschungsgebieten berücksichtigt werden, eignet sich die Urformel der Kommunikationswissenschaft aufgrund ihrer klaren Konturen als Leitfaden für die angestrebte Analyse.

In erster Linie soll festgehalten werden, welche Person bzw. Organisation als KommunikatorInnen der veröffentlichten Aussage in Frage kommen. Da eine massenmediale Botschaft sowohl eine inhaltliche als auch eine – in Diskussionen oftmals vernachlässigte – formalhandwerkliche Ebene besitzt, ist eine Beschreibung des Vermittelten als Ganzes unverzichtbar. Nicht zuletzt geht es um den Publikationskanal, hier ist das konkrete Medium und dessen Effektivität, vor allem im Hinblick auf die Reichweitendimension, gemeint. Der Schwerpunkt der Analyse liegt auf dem Informationsgehalt und dem Bedeutungshorizont der Aussagen. Es ist kein primäres Ziel, allumfassend auf mögliche Publikumswirkungen von Medienprodukten einzugehen, auch über die möglichen Intentionen der KommunikatorInnen zu spekulieren oder einem wertenden Resümee zu unterziehen, würde hier zu weit gehen.

5.1 Der Schauplatz nach dem Attentat in New York



Abbildung 1: Schauplatz ground zero. Ruinen des World Trade Centers, New York nach den Anschlägen vom 11. September 2001.²¹

Am 12. September 2001 publizierte die regionale Tageszeitung das *Hamburger Abendblatt*²² im Zeitungsinnen ein großformatiges Farbposter mit der Überschrift: „Amerikaner, wir sind bei euch“. Das Hauptmotiv der Abbildung besteht aus einem hell beleuchteten und in die Höhe ragenden Ruinenstumpf, der aus dem Publikations- und Zeitkontext als zerstörter Rest des World Trade Centers in New York wahrgenommen wird. Die Ruine hebt sich positions- und lichttechnisch als Zentrum hervor: ihre Position befindet sich zum einen in der vertikalen Bildmitte und zum anderen zwischen zwei Schlagschatten, welche das Gerüst formal strahlend in Szene setzen – wobei die Schatten auch als Referenz der intakten Hochhäuser der Umgebung gelesen werden können. Die Wirkung des rechten Schlagschattens wird durch den Stielverlauf einer nordamerikanischen Nationalflagge verstärkt, der Flaggenträger wurzelt im beleuchteten Areal des vorderen Bilddrittels. Das Flaggenmotiv *Stars and Stripes* dominiert – trotz schwacher Ausleuchtung – das gesamte rechte Bilddrittel. Der Hintergrund der Abbildung besteht in der oberen Hälfte zu großen Teilen aus Asche- und Staubwolken, ab der unteren Bildhälfte

²¹ Quelle: Reuters.

verteilen sich Gebäudereste und Schutt. Der kleingedruckte Begleittext forderte die LeserInnen zur konkreten Anteilnahme auf, indem diese Zeitungsseite sichtbar ins Fenster, an die Tür, ins Auto oder in einem Schaufenster angebracht werden soll.

Als KommunikatorInnen lassen sich die Zeitungsredaktion des Hamburger Abendblattes, aber auch die Bildagentur Reuters nennen. Das Unternehmen Reuters versichert die absolute Authentizität dieser fotografischen Aufnahme, welche hohe Bekanntheit erlangt und in zahlreichen anderen Massenmedien publiziert wurde. Die Echtheit der Abbildung wird von Seyfarth, einem Kunstkritiker und erwerbsmäßigen Bildbetrachter, stark angezweifelt: "Das ist schwer zu glauben, denn es wirkt so überlegen inszeniert, wie man es keinem Menschen unter dem unmittelbaren Eindruck solch eines Geschehens zutrauen würde." (Seyfarth: 8). Der Kritiker vermutet eine inhaltliche Inszenierung im Zuge der visuellen Darstellung des Schauplatzes, die mittels intentional gewählter Bildsprache umgesetzt wird.

Bildsprache ist in der Lage, Aussagen zum Ausdruck bringen, die über den unmittelbaren Informationsgehalt der abgebildeten Einzelobjekte hinausgehen: so kommuniziert *Abbildung 1* mehr als die Information „Spuren der Zerstörung einer Baukonstruktion auf US-Territorium“, obwohl die Abbildung – im Verwendungskontext und zum Publikationszeitpunkt – den Stellenwert einer realitätsimmanenten Momentaufnahme besaß. *Abbildung 1* wurde, so wie zahlreiche andere „authentische“ Fotografien erst in der Sekundärbetrachtung als verzerrter „Wirklichkeitsspiegel“ bzw. Vorstellungsbild begriffen. In der Tradition historischer Malereien, welche den Auftraggeber und seine KriegslLeistungen vorteilhaft und vorzugsweise in großzügigen Ölbildszenarien zur Geltung brachten, können auch fotografische Abbilder eher narrativen Zwecken dienen. Der Gedanke liegt nahe, dass bildgebende Erzählungen wie die Fotografie eine ist, im geschützten Raum der „authentischen Wirklichkeitswiedergabe“, die endgültige Bedeutung einer Gegebenheit für ein Massenpublikum definieren. Es stellt sich im Einzelfall die Frage, ob Gestaltung und Bedeutungszuweisung zufällig oder interessensgeleitet entstanden sind.

Ein Vergleich zu *Abbildung 1* macht uns sicher: es kommen zwei weitere Fotografien zum selben Thema „Schauplatz *ground zero*“ hinzu, die unsere bisherigen Überlegungen illustrieren sollen. In gradueller Abstufung wirken beide Fotografien

²² Reichweite 2001: 35,4 %. Verkaufte Auflage Mo-Fr. über 275.400 Exemplare, Sa. über 350.000

gegenüber *Abbildung 1* regelrecht entdramatisierend. Während *Abbildung 2* noch einzelne stimmungserzeugende Elemente, wie beispielsweise einen Hell-Dunkel-Kontrast durch die Rückenfigur oder den gekonnten Einsatz von Licht und Schatten besitzt und die „weltbekannte Ikone“ (Seyfarth 9) des schräg aus dem Boden stehenden Ruinenstumpfs des World Trade Centers monochrom in Szene setzt, wäre *Abbildung 3* ohne erklärende Bildunterschrift nur bedingt decodierbar. In *Abbildung 3* fällt die Assoziation zum Schauplatz *ground zero* bzw. zu dessen Vorstellung darüber schwerer, da das Abbild ohne die übliche Codierung „Staubnebel“, „Ruinenstümpfe“ in „Grautondominanz“ und ohne Präsenz der Nationalflagge operiert und sich auf diese Weise von einer gewöhnlichen Baustelle nach Gebäudeabriss de facto nicht mehr unterscheidet. Insbesondere der gewählte Bildausschnitt, die Perspektivenwahl und die sonnigen Lichtverhältnisse infolge der sich lichtenden Staubwolken führen zu einer Umdeutung des Schauplatzes.²³



Abbildung 2 und 3: Schauplatz ground zero. Bilder des zerstörten World Trade Centers, New York nach den Anschlägen vom 11. September 2001.²⁴

Seyfarth interpretiert die Botschaft in *Abbildung 1* folgendermaßen: "(...) es ist eine deutsche Botschaft an die USA, vermittelt in einer Bildtradition, die für die historische Verbundenheit beider Länder stehen kann: die der deutschen Romantik, für die als berühmtester Malername Caspar David Friedrich steht, mit der amerikanischen Romantik des 19. Jahrhunderts." (Seyfarth: 8) Aus diesem Verständnis heraus argumentiert der Bildbetrachter, dass der/die FotografIn auf einen inneren Bilderschatz - konkret auf jene Bildmittel von Caspar David Friedrich²⁵ – bewusst

Exemplare Quelle: MA 2002 der Arbeitsgemeinschaft Media Analyse.

²³ Vielmehr soll eine neue Richtung bei der Interpretation des Schauplatzes eingeschlagen werden: weg von der Passivität und Ohnmacht, hin zum aktiven „Neubeginn“ und zur „Aufbauarbeit“.

²⁴ Quelle: www.whitehouse.gov (26.11.2001)

²⁵ C. D. Friedrich war sehr populär und hatte zahlreiche Silhouetten zerklüfteter Ruinen, zumeist gotischer Kirchen, gemalt.

oder unbewusst zurückgreift (siehe *Abbildung 4*). Demnach formt sich der Inhalt von *Abbildung 1* aus einer kunsthistorischen Anleihe und stellt im Grunde ein Zitat dar²⁶.



Abbildung 4: „Die gescheiterte Hoffnung“ (Caspar David Friedrich, 1821)

Das Werk mit dem Originaltitel „Die gescheiterte Hoffnung“ von Caspar David Friedrich wird von Kunsthalle Hamburg unter dem Titel „Das Eismeer“ geführt. Werden *Abbildung 1* und *Abbildung 4* gegenübergestellt, so ergibt sich eine Gemeinsamkeit aus ikonografischer Sicht, nämlich die Bedeutungsvermittlung. Im Moment der Zerstörung des World Trade Centers, einem Symbolträger des nordamerikanischen Kapitalismus, entstand sofort ein neues, vom Kollektiv zu interpretierendes Symbol: Bilder vom zerklüfteten Ganzen, also von Ruinen sind nach wie vor ein universal verständliches Zeichen. Ruinenabbilder haben eine unmittelbare ikonische Bedeutung die kulturübergreifend verstanden wird, schließlich trägt dieses Motiv den offensichtlichen Hinweis auf Zerstörung in sich. *Abbildung 1* stellt im Kontext der Veröffentlichung (am Folgetag des 11. Septembers 2001) ein Angebot zur Erstinterpretation des Ereignisses „unter Rückgriff auf eingespielte Bildmuster“ dar und verwandelt den „Ort des Terrorangriffs zum klassischen Schlachtfeld eines Territorialkrieges (...)“ (Seyfarth: 10). Die offene Sympathiebekundung für die betroffene New Yorker Bevölkerung bzw. „den Amerikanern“ als Opfern findet sowohl durch das Bild, als auch durch die Überschrift

²⁶ Seyfarth stellt im Verlauf seines Textes auch eine Verbindung zu den Kriegsbildern von Otto Dix aus den 1920er Jahren und zu Hollywood Produktionen (Kamerafahrt über verwüstete Schlachtfelder in Kriegsfilmen) her. Schließlich wurden die Darstellungsmittel filmischer Schlachten und Katastrophen unter anderem auch von der romantischen Malerei beeinflusst.

und den Folgetext statt. An diesen Stellen besteht kein Spielraum für Fragen nach den komplexen Ursachen des Anschlags. Im Gegenteil, die Verwendung des Bildmaterials wie in *Abbildung 1* hinterlässt den Eindruck einer erfolgreichen Bemühung um die Legitimierung von Vergeltungsschlägen durch das Opfer, die Vereinigten Staaten.

Handwerklich zeigt *Abbildung 1* ein großes Geschick sowohl in Flächenaufteilung, Bildausschnitt, als auch in den Bereichen Farbkomposition und Licht- und Schattenkontrast. Akzeptieren und kennen wir die Errungenschaften und Möglichkeiten der digitalen Nachbearbeitung von Bildmaterial, wird eine intentionale Veränderung des Originals und damit auch dessen Aussage, zu jedem Zeitpunkt in der Produktionskette denkbar. Wie auch immer das Rohmaterial zu diesem Beispiel ausgesehen haben mag, es könnte sich von der endgültig veröffentlichten Bildversion beachtlich unterscheiden. Generell besitzen fotografische Abbildungen allerdings einen hohen Wahrheits- und Authentizitätswert für das Massenpublikum, wobei die in das Werk einfließende Subjektivität der HerstellerInnen kaum Beachtung findet. Diejenigen, die diese Apparaturen zur Herstellung von Medieninhalten bedienen und Einfluss auf das Ergebnis ausüben können, bleiben unsichtbar. Rezipierende nehmen keine permanente und bewusste Differenzierung zwischen ihren persönlichen, visuellen Erlebnissen und den technischen Medienreproduktionen²⁷ vor, hier oszillieren die primären und sekundären Erfahrungen. Demnach erleben MedienkonsumentInnen scheinbar mit ihren „eigenen Augen“, und bewerten Ereignisse, die sie nicht selber gesehen und erlebt haben als authentische Ereignisse. Verschiedene Mittel, vor allem die der Live-Sendung oder Fotografien mit hohem Aktualitätsgrad, tragen einen wesentlichen Teil zu dieser Wahrnehmungsstruktur bei.

Fazit: Pressefotografien besitzen einen hohen Authentizitätsgrad und werden als wirklichkeitsabbildendes Mittel wahrgenommen. Die in *Abbildung 1* einem interessierten Massenpublikum zugänglicher Definition vom Schauplatz *ground zero* als Schlachtfeld eines staatlichen Territorialkrieges findet in diesem kritikfreien Raum statt.

²⁷ Zur Unsichtbarkeit der MedienproduzentInnen kommt hinzu, dass auch die technische Komponente im Herstellungsverfahren von RezipientInnen kaum mitgedacht wird. Die vielfältigen Merkmale der verschiedenen Apparaturen (wie z.B. Objektivbrennweiten einer Kameralinse, leistungsstarke Farbfilter in einem Programm zur Bildverarbeitung oder Richtmikrofone) ermöglichen eine Darstellung der Welt, die ein Individuum durch seine organischen Gegebenheiten nicht erfahren könnten.

6. Conclusio

Die Medienwirklichkeit ist in der Lage, das politische Klima eines Landes maßgeblich zu bestimmen. In der unmittelbaren Folgezeit der Anschläge vom 11. September 2001 fungierten die Mainstream-Medien nicht nur hinsichtlich der Informationsvermittlung, sondern auch der Bedeutungsherstellung. So wurde „war against terrorism“ innerhalb des politischen Wertesystems der nordamerikanischen Staatsführung definiert und als „Staatsinteresse“ zum Ausdruck gebracht. Kritische oder ambivalente Inhalte treten in den Massenmedien hinsichtlich der bevorstehenden militärischen Intervention nicht auf, auch im konkreten Analysebeispiel fehlen diese. Die Kriegsrhetorik im Anschluss an „9/11“ inszeniert das Eigen- und Feindbild nach alten Mustern, analog zu vorhergehenden Konflikten.²⁸ Dieser Befund ist interessant, wenn auch nicht überraschend. Die „neuen Kriege“ werden mittels dem Vokabular „alter Kriege“²⁹ medial vorformuliert und somit inszeniert.

Mediale Botschaften legen einen Bezugsrahmen für die Interpretation der Ereignisse fest, nach dem Motto: „was nicht zur Sprache kommt, existiert nicht“. Zur Sprache kommt vor allem die Opferrolle der Vereinigten Staaten und die vermeintliche, präventive „Verteidigung“ in Form von militärischen Interventionen. Insofern stellen Massenmedien ein Schlachtfeld der Botschaften dar, von Aktion und Gegenaktion. Letztlich wird in Demokratien um Legitimität und Unterstützung gekämpft. Dieser Hinweis ermöglicht eine veränderte Leserichtung des Eingangszitats³⁰: Denn kriegspolitische Öffentlichkeitsarbeit wie jener der Regierung Bush agiert ebenfalls Mithilfe der Verstärkerwirkung von Massenmedien – und dies möglichst einseitig, monokausal und vor allen Dingen regelmäßig.

Die Definitionsmacht, die sich aus einem singularperspektivischen Mediensystem ergibt ist enorm und steht nicht in der PR-Tradition zur Überzeugungsarbeit, sondern steht unter dem Verdacht der Beeinflussung der Bevölkerung unter dem Siegel objektiver Berichterstattung. Neue Entwicklungen, die nach Auffassung von KriegsforscherInnen wie Kaldor und Münkler primär durch den Globalisierungsprozess verursacht werden, zählen *nicht* zu den reichweitenstarken

²⁸ Z.B. im amerikanischen Vietnamkrieg: Durch Programmgestaltung und Bildauswahl unterstützte das Fernsehen die Kriegspolitik der Regierung indem es einen sauberen Krieg, der Fortschritte macht, zeigte und den Kriegsgegner unvoreteilhaft als faul, feig, böse, gefährlich und dumm porträtierte (vgl. Frey: 151).

²⁹ Staatsinteresse, Polarisierung in gutes Staatsvolk bzw. böser und territorial fassbarer Feind.

Medieninhalten. Insbesondere die Konsequenzen der Privatisierungstendenz werden ausgeklammert, die wirtschaftlichen Interessen privater und multinationaler Akteure (regionale Warlords, professionelle Sicherheits- und Söldnerfirmen, Konzerne, etc.) werden kaum thematisiert.

Demgegenüber steht der hohe Glaubwürdigkeitsgrad von Medienberichten und Nachrichtensendungen beim Publikum. Als Befund lässt sich festhalten, dass Medien als Instanz zur Schaffung von Faktizität prädestiniert und insbesondere zur Perpetuierung konstruierter „Beweislagen“ im Schein von Authentizität und Augenzeugenschaft – die mittels Mediensprache und Bilder erreicht wird – geeignet sind. JournalistInnen und MedienherstellerInnen werden vom Publikum als ExpertInnen der Operationswirklichkeit aufgefasst, obwohl Studien den Mythos der JournalistInnen als unermüdliche Spürhunde, die Themen autonom recherchieren und vorbringen, entlarven bzw. sogar interessensgeleitetes Handeln diskutieren. Demnach können wir uns fragen, worin die Eigenleistung im analysierten Fallbeispiel (betrifft die Redaktion des Hamburger Abendblattes) eigentlich besteht. Viel mehr als die Kundgebung von Sympathie lässt sich nicht ausmachen. Wie in allen Krisenszenarien hängt dieser Umstand allerdings auch mit der Nichtverfügbarkeit von Informationen zusammen.

Das Mediensystem erzeugt Medienrealität und daraus Wissen, im günstigsten Fall fungiert es als vielseitige Diskursplattform und wird auch als solche bewusst wahrgenommen. Schlussendlich lässt sich sagen, dass Massenmedien uns nicht über die Welt informieren, sondern sie informieren uns darüber, wie wir die Welt in unseren Köpfen konstruieren sollen.

³⁰ „Terroristische Akteure haben sich von jeher aller Möglichkeiten einer medialen Verstärkung ihrer Aktionen bedient.“ (Münkler 2002a: 8)

7. Verwendete Literatur

- Baerns**, Barbara (1991): Öffentlichkeitsarbeit oder Journalismus? Zum Einfluss im Mediensystem. 2. Auflage, Berend von Nottbeck, Köln.
- Burkart**, Roland (2002): Kommunikationswissenschaft. Grundlagen und Problemfelder. 4. überarbeitete Auflage, Böhlau Verlag Wien.
- Clausewitz**, Carl von (1832): Vom Kriege: Erster Teil, Erstes Buch, 1. und 2. Kapitel. URL: www.gutenberg2000.de/clausewitz/krieg/buch01.htm (11.10.2002).
- Chomsky**, Noam (2001): The Attack. Hintergründe und Folgen. 2. Auflage, Europa Verlag, Hamburg.
- Frey**, Marc (2002): Geschichte des Vietnamkriegs. Die Tragödie in Asien und das Ende des amerikanischen Traums. 6. Auflage. Verlag C.H. Beck, München.
- Jarren**, Ottfried / **Bonfadelli** Heinz (2001): Einführung in die Publizistikwissenschaft. Verlag Paul Haupt, Bern.
- Kaldor**, Mary (2000): Neue und alte Kriege. Organisierte Gewalt im Zeitalter der Globalisierung. Suhrkamp Verlag, Frankfurt am Main.
- Keppeler**, Angela (1985): Präsentation und Information. Zur politischen Berichterstattung im Fernsehen. Reihe Medienbibliothek, Gunther Narr Verlag, Tübingen.
- Keppeler**, Hans Mathias (1992): Ereignismanagement. Wirklichkeit und Massenmedien. Edition Interform, Zürich.
- Keppeler**, Hans Mathias (1989): Instrumentelle Aktualisierung. In: **Kaase**, Max (Hg.): Massenkommunikation. Theorien, Methoden, Befunde. Kölner Zeitschrift für Soziologie und Sozialpsychologie, Sonderheft Nr. 30. Opladen: Westdeutscher Verlag. S. 199-220.
- Klook**, Daniela (1995): Von der Schrift zur (Bild)Schirm-Kultur, Spiess.
- Münkler**, Herfried (2002a): Grammatik der Gewalt. In: Frankfurter Allgemeine Zeitung, 16.10.2002, Nr. 240, S.8
- Münkler**, Herfried (2002b): Die neuen Kriege. Rowohlt Verlag, Hamburg.
- Münkler**, Herfried (2002c): Über den Krieg. Stationen der Kriegsgeschichte im Spiegel ihrer theoretischen Reflexion. 1. Auflage. Velbrück Wissenschaft, Göttingen.
- Patzelt**, Werner J. (2001): Einführung in die Politikwissenschaft. 4. überarbeitete Auflage, Wissenschaftsverlag Richard Rothe, Passau.
- Reeb**, Hans-Joachim (2001): Die Medien im „Krieg gegen den Terror“. Kriegsberichterstattung am Beispiel Afghanistan. In: Reader Sicherheitspolitik 3/2001. URL: http://www.reader-sipo.de/artikel/0207_All1.htm (15.07.2003).
- Seyfarth**, Ludwig (2001): Menschen Machen Medien. Medienpolitische ver.di-Zeitschrift. 50. Jahrgang, 10. Ausgabe. W.E. Weinmann Verlag, Filderstadt.