

# Kriegsjournalismus

**Annira Busch**

*Handbuchartikel im Rahmen des Seminars „Friedenspädagogik in Konflikt- und Kriegsregionen“ an der Universität Tübingen, WS 2009/2010, Dozent: Uli Jäger.*

Obwohl die Wirkung von Massenmedien auf das Publikum in der Perspektive der Medienwirkungsforschung umstritten bleibt, wird mediale Berichterstattung insbesondere in Kriegszeiten für die Zwecke verschiedener Akteure instrumentalisiert. Das Thema Krieg bietet als spektakuläres Ereignis besondere Verwertungschancen und damit Anreiz zu Desinformation, Manipulation und Propaganda. Die Politik und insbesondere die Regierungen demokratischer Staaten sind an der Legitimierung ihrer Kriegshandlungen nach internationalem Recht und der Zustimmung der Bevölkerung zum Krieg interessiert. Das Militär benötigt diese Zustimmung für die Aufrechterhaltung der Moral innerhalb seiner Truppen und nutzt Informationspolitik in Form von ‚Information Warfare‘ oder ‚Psychologischer Kriegsführung‘ zur Schwächung der gegnerischen Streitkräfte. Die Medien selbst sind im Sinne eines kommerziellen Sensationsjournalismus an spektakulären Bildern und Berichten interessiert, die eine große Öffentlichkeit anziehen. Medien lassen sich unter Aufgabe des Grundrechtes auf Pressefreiheit (Artikel 5 Grundgesetz) bewusst instrumentalisieren und geben nur allzu oft einen staatstragenden Konsens wider. Vor diesem „liberalen Anpassungsjournalismus“ (Hörburger 1999: 16) und Tendenzen von ‚Infotainment‘<sup>1</sup> sind auch etablierte „seriöse“ Medien wie ARD und FAZ nicht gefeit, die während der Sezessionskriege im ehemaligen Jugoslawien einseitig Position gegen Serbien bezogen (Hörburger 2004: 35).

## 1. Eigenschaften von Kriegsjournalismus

Die heutige westliche Berichterstattung über Krieg ist maßgeblich von einer Art von Berichterstattung, die als ‚Kriegsjournalismus‘ bezeichnet wird, geprägt (vgl. Becker 2002: 14). Krieg bietet eine Reihe von Eigenschaften, die ihn für eine kommerzorientierte mediale Aufbereitung besonders attraktiv machen: Krieg ist dramatisch, emotional, visuell fassbar, er bietet Stoff für Heroismus und bedient geltende Nachrichtenwerte wie Aktualität, Aktion und Ergebnisse. Zudem lässt er sich personalisieren und simplifizieren (vgl. Shinar 2003: 5).

---

<sup>1</sup> Vermischung von Information und Unterhaltung

Kriegsjournalismus polarisiert durch den Aufbau eindeutiger Feindbilder, unterstützt bestehende Vorurteile und fördert die von Politik und Militär gewollte Delegitimierung durch Dehumanisierung des Gegners (Beham 2007: 51; Bilke 2007: 138). Damit befindet er sich immer in ideologischer Nähe zu der jeweils herrschenden Regierungsposition und dem parlamentarischen Konsens (Becker 2002: 16; Bilke 2007) und berichtet einseitig und selektiv (Bell 2008: 226). Abweichende Meinungen werden unterdrückt und Meinungsvielfalt auf ein Minimum begrenzt. Wie Mira Beham (2007: 52 f.) am Beispiel des Afghanistan-Krieges aufzeigt, in dem in westlichen Medien kaum über die zivilen afghanischen Opfer, wohl aber detailliert über die Opfer der Terroranschläge vom 11.9.2001 berichtet wurde, unterscheidet Kriegsjournalismus in „worthy and unworthy victims“. Kriegsjournalismus ist geprägt von den Manipulationsversuchen von Militär und Politik, die in Kriegszeiten „Berichterstattung und Dokumentationsregeln besonderer Art“ (Büttner/von Gottberg/Metze-Mangold 2004: 7) durchsetzen und Zensur unter dem Argument des Wohls des Bürgers einsetzen. Eines der bekanntesten Beispiele für die Beeinflussung von Medien durch die Politik ist die von der PR-Agentur Hill & Knowlton lancierte ‚Brutkasten-Story‘. Die frei erfundene Geschichte stilisierte irakische Soldaten als grausame Bestien, die in kuwaitischen Krankenhäusern angeblich Säuglinge aus ihren Brutkästen geworfen hätten und sollte die US-Bevölkerung zum Krieg gegen den Irak motivieren (Beham 2007: 53). Weitere Elemente von Kriegsjournalismus liegen in der Struktur der Medien und der Nachrichtenproduktion: Kurze Beiträge und Bilder ohne Erklärung oder Analyse, die Krieg zu einem „war porn“ (Welch 2005: ix) machen, in dem Kriegsursachen nur defizitär dargestellt oder ganz unterschlagen werden (Hörburger 1999: 6), wenig gesicherte Informationen aufgrund von Zeitdruck (Bell 2008: 222), Konkurrenzdruck, Quoten- und Auflagenorientiertheit (Beham 2007: 54). Die Journalisten selbst beteiligen sich aus unterschiedlichen Motiven an kriegsjournalistischen Praktiken. Zum einen beugen sie sich dem starken Konformitätsdruck aus opportunistischen oder wirtschaftlichen Erwägungen heraus, zum anderen betreiben sie Selbstzensur, Patriotismus und Parteilichkeit im Sinne eines ‚Gesinnungsethischen Journalismus‘ („journalism of attachment“) aus Überzeugung, sich für eine selbst definierte gute und gerechte Sache einzusetzen (Beham 2007: 51).

## 2. Konzept von Johan Galtung

Für Johan Galtung (1998) und Wilhelm Kempf (1996) trägt Kriegsjournalismus vier wesentliche Züge: Er ist zum ersten **kriegs- bzw. gewaltorientiert**, weil er Krieg als natürlichen Prozess ansieht, seine Ursachen nicht hinterfragt und durch ein konkurrenzbetontes Konfliktverständnis zur Konflikteskalation beiträgt. Zum zweiten ist Kriegsjournalismus **propagandaorientiert**, weil er Kriegspropaganda durch eine verengte Konfliktwahrnehmung unterstützt, polarisiert, Feindbilder aufbaut und in Gut und Böse stigmatisiert. Er ist zum dritten **siegorientiert**, weil er seine Berichterstattung auf die Partei konzentriert, die den Konflikt gewinnt. Zum vierten ist Kriegsjournalismus durch seine parteiliche und staatstragende Berichterstattung **eliteorientiert**. Für Galtung (1998: 5) hat Kriegsjournalismus seine Vorbilder deshalb in der Sport- und in der Hofberichterstattung.

### 3. Geschichte des Kriegsjournalismus

Entgegen anderslautender Annahmen (vgl. Foggensteiner 1993; Bell 2008) ist Zensur und Desinformation in Kriegszeiten kein neues Phänomen, sondern besteht seitdem es Kriege gibt. Allerdings hat sich die Manipulation der Medien durch Politik und Militär im Laufe der Jahre immer stärker professionalisiert.

Vor dem Aufkommen der Massenmedien im 19. Jh. und der Entstehung eines dynamischen Zeitungsmarkts wurden Kriegsnachrichten fast ausschließlich über die Berichte der Soldaten verbreitet. Als erster professioneller Kriegsreporter gilt **William Howard Russell**, der für die Londoner ‚Times‘ im Krim-Krieg (1853-56) berichtete. Russell stand bereits unter dem Druck von Zensurdrohungen durch die englischen Truppen, die er begleitete und dem Dilemma zwischen patriotischem und journalistischem Pflichtgefühl (Beham 2007: 41). Der amerikanische Sezessionskrieg (1861-65) gilt als erster kommerzieller Pressekrieg, in dem über 500 Kriegsreporter im Einsatz waren und der dem amerikanischen Pressemarkt einen großen Auftrieb bescherte.

In den ‚**Volkskriegen**‘ (Schrader 2002: 47 f.) des 20. Jahrhunderts, dem Ersten und Zweiten Weltkrieg, wurden Zensur und Propaganda in bisher nicht gesehenem Maße zur Informationslenkung und Steuerung der öffentlichen Meinung eingesetzt. Im Ersten Weltkrieg wurde Propaganda als Waffe moderner Kriegsführung erstmals wissenschaftlich organisiert und Gräuelpropaganda zur Dehumanisierung des Feindes eingesetzt. Staatliche Propagandastellen wie das deutsche ‚Bild- und Filmamt‘ (Bufa) setzten die neuen Medien Fotografie und (eingeschränkt) Film gekonnt zu Propagandazwecken ein. Im Zweiten Weltkrieg erlangte der „institutionelle Aufwand zur Medienlenkung“ (Schrader 2002: 48) mit dem deutschen ‚Reichsministerium für Volksaufklärung und Propaganda‘ und den ‚Propaganda-Kompanien‘ – Journalisten, die zum Dienst an der Waffe ausgebildet wurden – neue Höhen. Die Nationalsozialisten sahen den Propagandakrieg als gleichwertig mit dem Waffenkrieg an (Beham 2007: 48) und setzten dazu Rundfunk und Film in großem Umfang ein.

Der Krieg in Vietnam (1965-75) stellt eine weitere Zäsur in der Geschichte der Kriegsberichterstattung dar. Im Vietnam-Krieg spielte das Fernsehen eine große Rolle, weshalb dieser Krieg auch als erster ‚**Fernsehkrieg**‘ (Wilke 2001: 49) oder ‚**Wohnzimmerkrieg**‘ (Welch 2005: xiii) bezeichnet wird. Entgegen der oft vom US-Militär herangezogenen Behauptung, die USA habe den Vietnam-Krieg durch eine unzensurierte und freie Berichterstattung verloren, die den internationalen Protest gegen den Krieg anschürte, gab es auch in Vietnam Zensurbestimmungen und patriotische Berichterstattung vonseiten der Reporter. Mira Beham (2007: 49) zieht zwei Studien aus den Jahren 1967 und 1972 heran, die belegen, „dass das Fernsehen weder eine Anti-Kriegsstimmung noch einen Meinungswandel bewirken konnte.“

Trotzdem führten die Erfahrungen aus dem Vietnam-Krieg zu einer strengen Zensur und Medienlenkung in den Konflikten um die Falklandinseln/Malwinen (1982), Grenada (1983) und Panama (1989).

Das dort eingeführte ‚Pool-System, das nur ausgewählten und damit regierungstreuen Journalisten unter militärischer Kontrolle für wenige Tage den Zugang zum Kriegsgebiet erlaubt und Berichterstattung über Tote und materielle Schäden verbietet, wurde auch im Zweiten Golfkrieg (1990/91) angewandt. Der Zweite Golfkrieg, der erste in einer Reihe von ‚**Live-Kriegen**‘, wurde neben einem perfekten Informationsmanagement vonseiten des Militärs und der Politik auch durch die 24-Stunden-Liveberichterstattung von CNN geprägt, das durch eigene Sendeleitungen zumindest teilweise unabhängig berichten konnte. Die Echtzeitberichterstattung führte jedoch auch zu einer neuen Scheinobjektivität, da der Zuschauer den Eindruck gewinnt, er wäre Augenzeuge der Kriegshandlungen (vgl. Becker 2002). Beim Konflikt um das Kosovo (1999) handelt es sich wegen der Bedeutung des Mediums Internet um den ersten ‚**Cyber-Krieg**‘ (Wilke 2001: 50).

#### 4. Entwicklungen

Neue technische Möglichkeiten wie die 24-Stunden-Liveberichterstattung der Satellitensender und die rasante Ausbreitung des Internets haben zu diversen Entwicklungen geführt, die die Wahrnehmung von Kriegen in der Öffentlichkeit prägen. Zum einen zeigt das Beispiel des in Katar ansässigen arabischen Satellitennetzwerkes ‚Al Jazeera‘, dass durch die **Satellitentechnik** eine teilweise Umgehung der Medienzensur möglich ist. Zudem können über Satelliten auch Bilder aus Regionen gesendet werden, in denen das Kommunikationsnetz weitflächig zerstört ist. Auf der anderen Seite wird das Potential der immer moderneren technischen und visuellen Möglichkeiten in der Regel nicht im Sinne einer ‚objektiveren‘ Berichterstattung, sondern zur Inszenierung von Krieg als ‚Medienereignis‘ (Wilke 2001: 48) eingesetzt. Bilder, v.a. bewegte Bilder, die beim Zuschauer eine hohe Glaubwürdigkeit genießen (Foggensteiner 1993; Wilke 2001: 49), werden bewusst zur Täuschung genutzt. Durch den Einsatz von Bild- und Tonarbeitstechniken, die auch für fiktionale Inhalte verwendet werden, wird Krieg zum abstrakten, virtuellen und ‚ästhetischen‘ Erlebnis gemacht, in dem Aufnahmen von Toten nicht gezeigt werden (Hörburger 2004: 30).

Auch das Aufkommen **neuer, asymmetrischer Kriege** im Zuge von 9/11 hat die Kriegsberichterstattung geprägt und zur Professionalisierung der Medienlenkung vonseiten der Politik und des Militärs beigetragen. Kriege werden immer mehr zu ‚Informationskriegen‘, in denen Informationen als strategisches und taktisches Mittel eingesetzt werden. Zum einen ergibt sich dies aus einer Veränderung der ‚Kriegsführung‘, die in Form von Terrorismusbekämpfung viel stärker als konventionelle Kriege auf psychologischen Faktoren aufbaut, zum anderen aus der Notwendigkeit heraus, humanitäre Interventionskriege auch vor der betroffenen fremdländischen Bevölkerung zu rechtfertigen. Politik und Militär setzen hierbei seit dem Zweiten Golfkrieg und insbesondere in den Jugoslawien-Kriegen verstärkt PR-Agenturen zur eigenen Imagepflege ein (Becker 2002).

Das Militär hat verschiedene Konzepte entwickelt, um mediale Berichterstattung in seinem Sinne zu beeinflussen. Unter ‚**Information Warfare**‘ oder ‚Perception Management‘ werden alle Aktionen –

sogenannte ‚Information Operations‘ – gefasst, die auf die Verleugnung, Ausnutzung, Verfälschung oder Zerstörung von gegnerischen Informationen und Informationssystemen gerichtet sind, um damit militärische Überlegenheit zu erlangen (Jertz/Bockstette 2004: 52). Zum Konzept der Information Warfare gehört eine starke Kooperation zwischen Militär und Medien, die ein gewisses Entgegenkommen gegenüber den Medien beinhaltet. Aufbauend auf dem Pool-System wurde im Irakkrieg das Konzept der ‚**embedded journalists**‘ eingeführt, das eine „Einbettung“ von ausgewählten Journalisten innerhalb der US-Truppen über den gesamten Kriegszeitraum vorsieht (Schwarte 2007: 79), diese gleichzeitig aber auch starken Kontrollen durch PR-Offiziere aussetzt. Die Berichterstattung von ‚embedded journalists‘ ist unweigerlich einseitig; der Zugang zum Kriegsgebiet wird mit der Aufgabe journalistischer Freiheit erkaufte (Bell 2008: 221).

Auch das Bild der Kriegsreporter selbst hat sich gewandelt. Kriegsberichterstattung wird zunehmend schwieriger und gefährlicher, da asymmetrische Kriegsführung unter verstärktem Einsatz von Geheimdiensten abläuft, wodurch Informationen nur sehr mühsam beschafft werden können (Frohloff 2004: 49). Zum anderen sind Journalisten mittlerweile selbst zur Zielscheibe in Kriegen geworden, wie die Bombardierung des Al-Jazeera-Büros durch US-Truppen in Bagdad zeigt. Journalisten werden in Kriegen nicht länger als Unabhängige betrachtet, die Immunität genießen, sondern geraten durch die Bedeutung ihrer Berichterstattung für Militär und Politik zu einflussreichen „players in the theatre of war“ (Bell 2008: 222). Dadurch stehen sie als Person vielmehr im Vordergrund; ihre Berichterstattung rückt in den Hintergrund.

## **5. Fazit: Chancen für einen Friedensjournalismus**

Obwohl die UNESCO-Mediendeklaration von 1978 in Artikel 1 einen Beitrag der Massenmedien zur „Stärkung des Friedens“ festschreibt, ist die westliche Kriegsberichterstattung nach wie vor von kriegsjournalistischen Prinzipien geprägt. Autoren wie Johan Galtung (1998) und Nadine Bilke (2007) plädieren in diesem Kontext für eine alternative Art der Berichterstattung, die sie als ‚**Friedensjournalismus**‘ bezeichnen. Im Fokus steht ein weiter Friedensbegriff, der die von Galtung geprägte ‚strukturelle Gewalt‘ umfasst. Friedensjournalismus beinhaltet u.a. eine allparteiliche, ethische und konflikt-sensitive Berichterstattung (Bilke 2007: 135). Galtung (1998) modelliert als die vier großen Ziele des Friedensjournalismus Frieden, Wahrheit (allparteiliche Perspektive), Menschen (emphatische Berichterstattung) und Lösungen für den Konflikt, die von den Journalisten aufgezeigt werden sollen.

Allerdings sehen sich die Medien, wie am Beispiel von ARD und ZDF ersichtlich, unter den gewachsenen Herausforderungen wie der starken Konkurrenz und dem Aktualitätsdruck zur Konformität gezwungen. Das Interesse von Medien und Politik an Selbstdarstellung, des Militärs an einer Kontrolle von Informationen und des Publikums an Unterhaltung und Sensation können nur durch eine Haltungsänderung unter diesen zentralen Akteuren aufgelöst werden.

Erstes Anzeichen für eine Gegenbewegung zum gewaltorientierten Kriegsjournalismus könnte das gesunkene Interesse des Publikums an Kriegsnachrichten sein (vgl. Carruthers 2008: 70 ff.), das auf der anderen Seite aber auch Zeichen davon sein könnte, dass das westliche Publikum nicht mehr direkt von Kriegen betroffen ist und damit weniger Empathie verspürt (Welch 2005: xv).

### **Literatur Kriegsjournalismus:**

- Becker, Jörg (2002): Medien im Krieg, in: Albrecht, Ulrich/Becker, Jörg (Hrsg.): Medien zwischen Krieg und Frieden, Baden-Baden, S. 13-26.
- Beham, Mira (2007): Kriegsberichterstattung – Vom Telegrafen zum Echtzeitkrieg und Internet, in: Österreichisches Zentrum für Frieden und Konfliktlösung (Hrsg.): Gute Medien – Böser Krieg?, Wien, S. 39-55.
- Bell, Martin (2008): The death of news, in: Media, War & Conflict, 1(2), S. 221-231.
- Büttner, Christian/von Gottberg, Joachim/Metze-Mangold, Verena (Hrsg.) (2004): Der Krieg in den Medien, Frankfurt am Main.
- Büttner, Christian/Kladzinski, Magdalena (2004): Krieg und Medien – Zwischen Information, Inszenierung und Zensur, in: Landeszentrale für politische Bildung Baden-Württemberg (Hrsg.): Der Bürger im Staat, 54(4), S. 223-228.
- Bussemer, Thymian (2008): Propaganda – Konzepte und Theorien, Wiesbaden.
- Carruthers, Susan L. (2008): No one's looking: The disappearing audience for war, in: Media, War & Conflict, 1(1), S. 70-76.
- Foggensteiner, Alexander (1993): Reporter im Krieg – Was sie denken, was sie fühlen, wie sie arbeiten, Wien.
- Frohloff, Astrid (2004): Kriegsnachrichten, in: Büttner, Christian/von Gottberg, Joachim/Metze-Mangold, Verena (Hrsg.): Der Krieg in den Medien, Frankfurt am Main, S. 39-49
- Hörburger, Christian (2004): Kriegsbilder oder Wandel des Entsetzlichen, in: Büttner, Christian/von Gottberg, Joachim/Metze-Mangold, Verena (Hrsg.): Der Krieg in den Medien, Frankfurt am Main, S. 29-37.
- Hörburger, Christian (1999): Massenmedien zwischen Kriegs- und Friedensjournalismus, in: Wolfgang Vogt (Hrsg.): Friedenskultur statt Kulturkampf. Baden-Baden, S. 152-165
- Jertz, Walter/Bockstette, Carsten (2004): Militärische Perzeptionen und die Zukunftsperspektiven des strategischen Informationsmanagements – Die Entwicklung der Krisenkommunikation von der Kosovo Operation 'Allied Force' 1995 zur Operation 'Iraqi Freedom', in: Büttner, Christian/von Gottberg, Joachim/Metze-Mangold, Verena (Hrsg.): Der Krieg in den Medien, Frankfurt am Main, S. 51-72.
- Müller, Harald (2004): Demokratie, die Medien und der Irakkrieg, in: Büttner, Christian/von Gottberg, Joachim/Metze-Mangold, Verena (Hrsg.): Der Krieg in den Medien, Frankfurt am Main, S. 13-28.
- Schrader, Gunther (2002): Zensur und Desinformation in Kriegen, in: Albrecht, Ulrich/Becker, Jörg (Hrsg.): Medien zwischen Krieg und Frieden, Baden-Baden, S. 45-54.
- Schwarte, Kristina Isabel (2007): Embedded Journalists – Kriegsberichterstattung im Wandel, Münster.
- Shinar, Dov (2003): The Peace Process in Cultural Conflict: The Role of the Media, in: Conflict & Communication Online, 2(1), S. 1-10.
- Welch, David (2005): Introduction – ,Winning hearts and minds': The changing context of reportage and propaganda, 1900-2003, in: Connelly, Mark/Welch, David (Hrsg.): War and the Media – Reportage and Propaganda, New York/London.
- Wilke, Jürgen (2001): Krieg als Medienereignis – Von der Wochenschau zu CNN, in: Praxis Geschichte, Nr. 4/2001, S. 48-50.

### **Literatur Friedensjournalismus:**

- Bilke, Nadine (2007): Friedensjournalismus – Aufgaben einer konfliktsensitiven Berichterstattung, in: Österreichisches Zentrum für Frieden und Konfliktlösung (Hrsg.): Gute Medien – Böser Krieg?, Wien, S. 135-145.
- Galtung, Johan (1998): Friedensjournalismus: Was, warum, wer, wie, wann, wo?, in: Kempf, Wilhelm; Schmidt-Regener, Irena (Hrsg.): Krieg, Nationalismus, Rassismus und die Medien, Münster, S. 3-20.
- Kempf, Wilhelm (2004): Friedensjournalismus, in: Sommer, Gert/Fuchs, Albert (Hrsg.): Krieg und Frieden. Handbuch der Konflikt- und Friedenspsychologie, Stuttgart: Beltz, S. 439-451.