

Inhalt

Elisabeth Klaus/Michael Roither/Susanne Kassel

Editorial:

Vom „Desert Strom“ zur „Iraqi Freedom“: Medien im Krieg Revisited 2

Elisabeth Klaus

Medien und Krieg: eine Systematisierung des Forschungsbereiches 8

Michael Roither

Spotlights eines Indizienprozesses: Journalistische Qualität
in den Irakkriegsberichten österreichischer Tageszeitungen 20

Susanne Kassel

„Das Schlimmste, was uns dieser Krieg zeigt, ist, dass Frauen
wie Männer sind“ – Kriegslegitimation und Geschlecht. 35

Jürgen Grimm

Der Krieg und das Medienpublikum. Ergebnisse einer Befragung
zum Medienverhalten während des Irak-Kriegs 2003 in Österreich 46

Fabian Virchow/Tanja Thomas

From Fun to Gun.
Krieg, Militär und mediale Unterhaltungsangebote im 21. Jahrhundert 58

Daya Kishan Thussu

Selling neo-imperial conflicts: Television and US Public Diplomacy 67

Irak – Revisited. Stellungnahmen 77

Rezensionen 83

Autorinnen und Autoren 92

Medien Journal 3/2005 • Medien im Krieg *Revisited* 1

Editorial

Vom „Desert Storm“ zur „Iraqi Freedom“: Medien im Krieg Revisited

Als die USA und ihre Verbündeten im Januar 1991 in das von den IrakerInnen besetzte Kuwait einmarschierten, nannten sie ihre Operation ‘Desert Storm’, der Angriff auf den Irak im März 2003 erhielt dagegen den Namen ‘Iraqi Freedom’. Militärische Missionen scheinen heute friedlichere Namen zu erhalten, man denke nur an die Operation ‘Enduring Freedom’ in Afghanistan. Die Realität zeigt die Ironie der Namenswahl: 1991 wurde unter UN-Mandat ein souveräner Staat, Kuwait, von der aggressiven Inbesitznahme durch einen anderen, den Irak, befreit. 2003 bildete das deutsche Nachrichtenmagazin *Der Spiegel* auf seinem Titel einen in einem echten „desert storm“ festsitzenden Soldaten ab, unter der Überschrift: „Supermacht im Sand. Amerikas stockender Blitzkrieg“ (14/2003). Der Einmarsch im Irak hat die NATO-Bündnis-PartnerInnen entzweit wie kein anderer Krieg zuvor. Welche Freiheiten er der irakischen Bevölkerung bringen mag, ist noch immer fraglich. Sicher hingegen ist, dass die Al Kaida im Land starken Zulauf erhalten hat.

Zwischen 1991 und 2003 hat sich die politische Weltkarte verändert. Die damals gerade erst begonnene Auflösung des Ostblocks ist mittlerweile abgeschlossen, die Anschläge vom 11. September 2001 in New York und Washington haben alte Feindbilder reaktiviert und neue hervorgebracht. Die Grenzen verlaufen scheinbar nicht mehr entlang von politischen Ideologien, sondern vermeintlich wieder entlang von Religionen: PolitikerInnen reden schon beinahe selbstverständlich vom „Kreuzzug gegen den Terrorismus“. Islam und Christentum markieren die neuen alten Feindbilder der jeweils anderen Seite. Auch die Medien haben sich seit 1991 verändert. War das Internet während des damaligen zweiten Golfkrieges vor allem ein Möglichkeitsraum für Computerfreaks, so ist es mittlerweile zum festen Bestandteil unseres Medienrepertoires geworden. Ist damit einerseits die Gefahr der Manipulation und Desinformation gewachsen – jedes Foto, jedes Satellitenbild kann bearbeitet werden, ohne dass es bemerkt oder kontrolliert werden könnte –, so eröffnet das Internet andererseits auch Wege der alternativen Nachrichtenbeschaffung und -verbreitung. Al Jazeera gehört als Phänomen ebenso dazu wie Weblogs, Internettagebücher, Podcasts oder Fotoshootings. Inwiefern sich auch die Natur des Krieges verändert hat, ist indes umstritten. Sind die „neuen Kriege“ wirklich so neu wie manche BeobachterInnen (z. B. Münkler 2002; Kaldor 2000) glauben? Gibt es wirklich keine territorialen Kriege mehr? Schließlich bekämpfen die USA den Terrorismus, indem sie weiterhin gegen souveräne Staaten – Afghanistan, Irak – Krieg führen. Sind Selbstmordattentate und innerstaatliche nationalistische Konflikte mit Begriffen wie „Terrorismus“ oder „Bürgerkrieg“ nicht bereits hinreichend umschrieben? Diese Fragen sind noch unbeantwortet – ebenso wie jene, ob die Medien auf neue Herausforderungen angemessen reagieren können. Was hat sich im Bereich der Kriegskommunikation im Verhältnis Medien und Krieg geändert, was zeigt sich unverändert? Auch das wollen wir auf den folgenden Seiten thematisieren.

Editorial: Vom „Desert Storm“ zur „Iraqi Freedom“: Medien im Krieg Revisited

Unmittelbar nach Beginn der Kampfhandlungen am Golf entstand ein MedienJournal zum Thema „Medien im Krieg“ (ÖGK 1991). Das Heft zeugt vom Erschrecken der Salzburger KommunikationswissenschaftlerInnen. So hatte sich die Wissenschaft die Zeit nach dem Ende des Kalten Krieges nicht vorgestellt. Der 2. Golfkrieg gab zu vielen Fragen Anlass: nach der Rolle der Kommunikationswissenschaft als Kriegs- oder Friedenswissenschaft (Fabris), nach den neuen Verknüpfungen zwischen Kriegs- und Medientechnologien (Bruck, Zielinski, Schmid), nach der Geschichte der Kriegsberichterstattung (Schmolke), nach dem Kriegsschauplatz „Dritte Welt“ (Luger), nach den neuen Formen von Propaganda und Zensur in den JournalistInnen-‘Pools’ (Washietl).

Zwischen dem am Salzburger Institut für Kommunikationswissenschaft 1991 herausgegebenen Irak-Themenheft und dem vorliegenden hat sich vieles verändert. Zu diesen Veränderungen haben wir die damaligen BeiträgerInnen um ihre Stellungnahmen gebeten, die sich im Heft finden. Auch in den anderen, längeren Beiträgen wollen wir dem Wandel nachspüren, deshalb haben wir das Heft „Medien im Krieg *Revisited*“ genannt.

Elisabeth *Klaus* skizziert das Forschungsfeld „Medien und Krieg“ und stellt Überlegungen zu dessen Systematisierung vor. Jenseits der nach wie vor verbreiteten Kasuistik, hat die Kommunikationswissenschaft vier Forschungsagenden entwickelt, mit denen sie sich „Medien und Krieg“ widmet. Sie untersucht Medien als Funktionssystem und den Kommunikationsprozess mit seinen AkteurInnen, unterzieht Mediendiskurse einer intensiven Betrachtung und fragt schließlich nach den Alternativen einer Friedensberichterstattung.

Michael *Roither* untersucht die Berichterstattung der österreichischen Tagespresse und liefert dabei neue Anstöße zur Debatte um die Qualität der Berichterstattung unter Kriegsbedingungen. Auf Basis der aktuellen Qualitätsdiskussion im Journalismus nähert er sich über ausgewählte ‘Spotlights’ aus seiner in Kürze erscheinenden Studie „Medien. Krieg. Qualität?“ diesem Indizienprozess – abschließendes Qualitätsurteil inklusive.

Mit einem wenig beleuchteten Aspekt des Themenfeldes ‘Medien und Krieg’ beschäftigt sich Susanne *Kassel*. Sie untersucht die Einbeziehung von Frauen in kriegerische Aktivitäten und ihre Darstellung in der Kriegsberichterstattung anhand der Fälle von Lynndie England und Jessica Lynch. Dabei zeigt sie, dass die mediale Präsentation von Geschlechterbildern auch in Kriegszeiten eine wichtige Rolle für die Selbst- und Fremdwahrnehmung und die Legitimierung des eigenen Handelns spielt.

Jürgen *Grimm* vergleicht seine Ergebnisse in Bezug auf die Mediennutzung mit Resultaten aus dem letzten Krieg am Golf (vgl. Grimm 1996) und kommt zu dem Ergebnis, dass Printmedien – auch aufgrund eines Glaubwürdigkeitsverlustes der Bildmedien – ein hohes Ansehen genießen. Die Aufmerksamkeit der RezipientInnen sei zwar groß, könne aber bei Überfütterung zum Überdross der RezipientInnen mit den Kriegsberichten, zu einer „compassion fatigue“ (Moeller 1999) führen. Ausführlich diskutiert Grimm geschlechtsspezifische Unterschiede bei der Zuwendung zu den verschiedenen Themen der Kriegsberichterstattung.

Elisabeth Klaus/Michael Roither/Susanne Kassel

Der Unterhaltungsindustrie im Kontext von Kriegen widmen Fabian *Virchow* und Tanja *Thomas* ihre Aufmerksamkeit. Sie zeigen in ihrem Beitrag die engen Verflechtungen von Militär und ziviler Medienkultur. Die Banalisierung des Militärischen untersuchen sie anhand der Einflussnahme des Pentagons auf Hollywoodfilme und anhand von Kriegsszenarien in Computerspielen, die sich weltweit großer Beliebtheit erfreuen. Auf diese Weise, so die AutorInnen, schleiche sich die Akzeptanz für militärisches Denken und Handeln in den Alltag ein und trage zur Veränderung der politischen Kultur bei.

Daya *Thussu* schließlich analysiert die Darstellung des „War on Terrorism“ in den US-Medien im Zusammenhang mit neo-imperialistischen Bestrebungen der amerikanischen Regierung. Er beschreibt, wie via Medien die Botschaft des Weißen Hauses global verbreitet wurde. Die Mittel sind dabei im Wesentlichen noch immer dieselben: Desinformation und gleichzeitige Überflutung mit Informationen, Geschichten über angebliche oder übertriebene Bedrohungen und Gräueltaten, journalistischer Hurra-Patriotismus und – wie im Beitrag von *Virchow* und *Thomas* ausgeführt – die strategische Einbeziehung der Unterhaltungsindustrie.

Wir HerausgeberInnen haben uns bemüht, bei der Auswahl der Beiträge die Vielfalt des kommunikationswissenschaftlichen Feldes „Medien und Krieg“ zu zeigen und mit unseren Themen Veränderungen seit dem letzten Golfkrieg aufzugreifen. Die Beiträge zur Qualität der Berichterstattung, zum Publikumsverhalten oder zur Public Diplomacy knüpfen wie die Stellungnahmen der BeiträgerInnen von 1991 direkt an frühere Diskussionen an und führen diese weiter. Andere Artikel, wie der zu gendergebundenen Legitimierungsstrategien oder zur Banalisierung des Militärischen greifen neue bzw. wenig beachtete Phänomene der Kriegskommunikation auf. Der Rezensionsteil verweist auf wichtige Neuerscheinungen, beispielsweise zur Funktion der Bilder im Krieg (Rest). Die Forschungssystematik zeigt aber auch ‚Leerstellen‘ der Forschung auf. Dazu gehört die Beschäftigung mit den möglichen (Aus-)Wirkungen der Kriegsberichterstattung auf das Publikum, mit der in den Medien verwendeten Sprache und mit der Haltung der JournalistInnen. Auch die zunehmend professionalisierte Zusammenarbeit des Militärs mit den Medien verdient mehr Aufmerksamkeit. Wir stimmen mit *Fabris* (in diesem Band) darin überein, dass Friedensforschung und Friedensberichterstattung ein zentrales Themenfeld für die Kommunikationswissenschaft sein muss. „Medien und Krieg“ ist ein Forschungsbereich, dessen Bedeutung in besonderem Maße in seiner normativen Fundierung liegt, die er durch die prinzipielle Ablehnung von Kriegen erhält. Die Analyse der Kriegskommunikation kann nicht neutral sein, sie ist nicht selbstbezüglich, sondern versucht, gesellschaftliches Wissen zu generieren, das Manipulation, Lüge, Propaganda erschwert und Möglichkeiten einer friedlichen Beilegung von Konflikten Vorschub leistet. Sie wendet sich damit immer auch an jene MedienakteurInnen, die die Qualität ihres Handelns in kriegerischen Konflikten zu sichern versuchen und die eigene Berichterstattungspraxis reflektieren.

Der Fachbereich Kommunikationswissenschaft der Universität Salzburg ist seit 1991 darum bemüht, in Form von Publikationen wie der vorliegenden, in themenbezogenen



Editorial: Vom „Desert Strom“ zur „Iraqi Freedom“: Medien im Krieg Revisited

Lehrveranstaltungen und Diplomarbeiten dem Forschungsfeld ‚Medien und Krieg‘ Rechnung zu tragen. Eine Ringvorlesung sowie verschiedene Dissertationen zum Thema sind in der Vorbereitung und versprechen ein verstärktes Engagement in diesem für Kommunikationswissenschaft wie Gesellschaft so wichtigen Bereich.

Elisabeth Klaus/Michael Roither/Susanne Kassel

Literatur:

Grimm, Jürgen (1996): Informationsleistungen von Medien in Kriegszeiten. Anomalien des Zuschauerhaltens während des Golfkriegs. In: **Ludes**, Peter (Hg.). Informationskontexte für Massenmedien. Theorien und Trends, Opladen: Westdeutscher Verlag, 227-263.

Kaldor, Mary (2000): Neue und alte Kriege. Frankfurt a. M.: Suhrkamp (Edition Zweite Moderne).

Moeller, Susan D. (1999): Compassion Fatigue. How the Media sell Disease, Famine, War and Death. London-New York: Routledge.

Münkler, Herfried (2002): Die neuen Kriege. Reinbek bei Hamburg: Rowohlt.

Österreichische Gesellschaft für Kommunikationsfragen (Hg.) (1991): Medien im Krieg. Medien-Journal 01/1991.

