

10 Jahre danach: Der Irak-Krieg 2003 und das (Medien-) Schlachtfeld I

Der Medien-Golfkrieg im Spannungsfeld zwischen PR und Propaganda

AutorIn: [Karl H. Stinger](#)

Im ersten Teil seiner dreiteiligen Analyse des Irakkriegs und der >embedded journalists< untersucht Karl H. Stinger eingehend den Abbau des seriösen Journalismus und verurteilt die Instrumentalisierung der Medien im Dienst politischer Indoktrination.

Abstract

Hinsichtlich der Informationsstrategie der US-Administration von George W. Bush und des US-Militärs im Zuge des Irak-Krieges 2003, lässt sich eine gut geplante und organisierte PR feststellen. Die eingebetteten Journalisten waren dabei ein wichtiges Mittel zum Zweck. Sie sorgten für eine Bilderhoheit im Krieg. Auch waren sie als Quelle für "unverfängliche Berichte" geplant. Eine vordergründig "neutrale Berichterstattung", die von negativen Aspekten des Krieges ablenken sollte.

Die Medienlandschaft der USA nach dem 11. September 2001 war durch eine weitgehende Konformität geprägt. Kritik am Präsidenten oder an der Regierung wurde häufig als unpatriotisch gewertet. Somit wurde ein idealer Nährboden für Propaganda geschaffen. Propaganda ist systematische, persuasive Public Relations, die mit manipulativen Mitteln arbeitet. Die eigentliche politische Agenda, welche von den Propagandisten verfolgt wird, soll verschleiert werden.

Der Irak-Krieg 2003 ist ein politisch gewollter und inszenierter Krieg. Im Zuge der Anschuldigungen gegen Saddam Hussein sowie in Folge der medialen Inszenierung des Kriegs, kristallisierte sich heraus, dass Politik und Militär den Sprung ins moderne Informationszeitalter geschafft haben. Beim modernen Informationskrieg findet der Krieg auf einer weiteren, virtuellen Ebene statt. Information, Nichtinformation und Desinformation sind die effizienten Waffen dieses Krieges. Dabei wird die Desinformation der Öffentlichkeit bewusst in Kauf genommen. JournalistInnen werden dabei als Vermittler politischer Propaganda instrumentalisiert. Die amerikanische Bevölkerung wurde durch die gezielte Manipulation der Medien zu einer Pro-Kriegs-Haltung verleitet. Die Behauptungen, die im Zuge der Anschuldigungen gegen das irakische Regime, aufgestellt wurden, erwiesen sich größtenteils als falsch und manipulativ. Die im Zuge der Vorbereitungen sowie während des Irak-Kriegs 2003 verwendete PR-Strategien können daher als politische Propaganda - mit dem Ziel der Beeinflussung der öffentlichen Meinung - gewertet werden.

1. Einleitung

Das erste Opfer des Krieges ist die Wahrheit.
Johnson et al.^[1]

***Niemals wird so viel gelogen
wie während eines Krieges.***
Bismarck^[2]

***It is an axiom of war that some commanders
fear the press more than the enemy.***

Die Bedeutung der Medien im Irakkrieg sowie die Masse des Informationsflusses ist einzigartig in der Geschichte der modernen Kriegsführung (vgl. Mangold/Ultzsch 2004: 13). Den Irakkrieg 2003 wird man keineswegs ausschließlich als Medienspektakel in Erinnerung behalten, das durch eine Informationsflut bisher unbekanntem Ausmaßes charakterisiert ist; vielmehr sind es die Instrumentalisierung der Medien durch ihre Einbettung (**embedded journalists**) sowie die Bereitschaft der Politik, den Medien unter kontrollierten Bedingungen zu kriegsrelevanten Informationen zu verhelfen, die diesen Krieg so neuartig und bis dato einzigartig machten.

"Nie wieder Vietnam!". Dieser Leitspruch besitzt bis heute Aktualität. Nicht nur als normative Zielsetzung seitens verschiedener Friedensbewegungen und Politiker, sondern auch für Strategen des US-Militärs. Im Vietnam-Krieg konnten JournalistInnen mit geringem Aufwand zu einer Akkreditierung der US-Armee gelangen und sich fast ungehindert im Land aufhalten. Nicht nur das, es kam zu keiner Zensur der Kriegsberichterstattung, da sich zum einen zu viele JournalistInnen während des Krieges im Land aufhielten (und somit die Armee keinen Überblick mehr hatte), und zum anderen seitens des US-Militärs keine Strategie zur Kontrolle bzw. Instrumentalisierung der Kriegsberichterstattung vorhanden war. Informationen über die Gräueltaten des Krieges konnten somit nahezu ungefiltert von der Öffentlichkeit in den Zeitungen und vor den Fernsehschirmen empfangen werden. Informationen erwiesen sich als Machtfaktor. Die Anti-Vietnam-Bewegung hätte wahrscheinlich niemals jene Ausmaße erreicht, wenn man die Berichterstattung der Reporter - wie im Irakkrieg - vor Ort zensuriert bzw. für militärische Interessen gezielt instrumentalisiert hätte.

Im Zuge des Golfkrieges 1991 beschränkte man die Informationsdistribution bewegter Bilder auf einen Sender: CNN (vgl. Mangold/Ultzsch 2004: 15). Zudem kam es zum Einsatz von so genannten JournalistInnen-Pools, die für die USA ein probates Mittel darstellten, um kritische Stimmen von der Berichterstattung von vornherein auszuschließen. Im Zuge der **National Media Pools** kam es zu einer Exklusion jener Länder, die von den USA als "nicht vertraulich" eingestuft wurden (vgl. Kneidinger 2004: 42; Mangold/Ultzsch 2004: 40). Der Hintergedanke dieser Monopolisierung bzw. Exklusion war die einfachere Kontrolle der Kriegsberichterstattung. Spektakuläre Bilder von Bombardements, Videos von "intelligenten Waffen" (Schwikl 1991: 52ff) und regelmäßige, in kurzen Abständen aufeinander folgende Live-Schaltungen vom Kriegsschauplatz sollten davon ablenken. Die Rechnung ging nicht auf, da das CNN-Monopol schlecht vermarktet wurde bzw. man nur begrenzt in der Lage war, eine Beschränkung auf einen Sender bzw. auf die Medien-Pools in einem günstigen Licht darzustellen.

Propaganda und Manipulation. So lauteten im Wesentlichen die Vorwürfe hinsichtlich jener Bilder vom Krieg, die ausschließlich über CNN gesendet wurden. Ein mediales (PR-)Fiasko. Noch hatten die amerikanischen Militär-StrategInnen und KommunikationsexpertInnen nicht erfasst, dass man die Medien am Besten dadurch steuert, indem man sie am Kriegsgeschehen teilhaben lässt. Und so erhielt man im Zuge des Irak-Krieges 2003 als Beobachter den Eindruck, als ob die Vereinigten Staaten die Lektion in Sachen Kommunikation und Medienbeziehungen gelernt hätten: **Public Relations** (im Sinne einer politischen Propaganda), neue Methoden der Berichterstattung, neue Kommunikationstechnologien und die Beteiligung nicht-amerikanischer JournalistInnen standen buchstäblich auf dem Programm (vgl. ebd.).

Zwar wurden bereits während der Kämpfe im Irak kritische Stimmen bezüglich der Berichterstattung laut, allerdings mussten sich Militär und US-Administration aufgrund der JournalistInnen-Einbettung sowie regelmäßiger Pressekonferenzen nicht mehr den Vorwurf einer Monopolisierung der Informationsdistribution gefallen lassen. Infolge der Integration der Medien und der gezielten Versorgung von kriegsrelevanten Informationen seitens des US-Militärs und des Weißen Hauses ergab sich ein erdrückend großes, jedoch auch ein teilweise sich widersprechendes Überangebot, das die RezipientInnen wohl vielfach überforderte. Spiegel-Redakteur Frank Patalong fasst dies so zusammen: "**Die Welt erlebt zwar den Krieg, bekommt aber nur wenig zu sehen.**" (Patalong 2003, Internetquelle, zit. nach Mangold/Ultzsch 2004: 15).

Man könnte die bewusste Herbeiführung dieser Informationsflut im Zuge des Irak-Krieges 2003 aber auch als **PR-Strategie**, respektive als effektive medienpolitische Propaganda interpretieren. **Subjektive** Kriegsberichterstattung in diesem Sinne bedeutet, dass Bilder und Informationen nur durch eine Kriegspartei wesentlich beeinflusst werden. Unabhängige Berichterstattung ist unter solchen Bedingungen angeblich eine

Illusion und für JournalistInnen soll es zu gefährlich sein, von Kriegsschauplätzen völlig unabhängig, respektive "ungeschützt" zu berichten. Durch die Integration der Medien - insbesondere die Einbettung von JournalistInnen in militärische Einheiten - gelang es, das Gewicht auf die amerikanische und britische Perspektive des Krieges zu legen: Der Kriegsalltag der Soldaten wurde so zum Brenn--punkt der medialen Aufmerksamkeit: der Kampf ums Überleben, Angst, Verzweiflung aber auch Kameradschaft, Patriotismus und Pflichtbewusstsein. Dies waren die zentralen Themen der **embedded journalists**. Berichte von der "anderen Seite", d. h. Bilder und Berichte der Sender **Al-Dschasira** und **Al-Arabja** wurden außerhalb der "arabischen Welt" nur am Rand wahrgenommen. Manipulation erfolgte also durch Informationsflutung und -filterung.

Bedeutet die vordergründige Integration der Medien nicht schon die Kreation einer neuen und für die USA vorteilhaften Wahrheit? Hinsichtlich der politischen Hintergründe des Krieges stellt sich folgende Frage: Kann die Informationspolitik der USA im Zuge des Krieges als Signifikant für die Kommunikation außenpolitisch relevanter (und in Bezug auf die Begründung des Irak-Krieges problematischer) Informationen der Bush-Administration II gesehen werden? Lässt sich eine Verbindung zwischen der Instrument-alisierung der Medien im Zuge des Irak-Krieges und der außenpolitischen Strategie (im Vorfeld der eigentlichen Kampfhandlungen) der damaligen US-Administration herstellen? Sicher ist: Der militärische Konflikt am Golf ist zweifelsfrei ein Informationskrieg, mehr noch: Mit dem Krieg wurde der Startschuss für das Zeitalter einer neuen, virtuellen Kriegsführung getan.

2. Was unterscheidet den Irak-Krieg 2003 von Kriegen bis dahin?

Der Irak-Krieg wurde offiziell am 1. Mai 2003 für beendet erklärt. Bereits drei Wochen nach dem Beginn der Kampfhandlungen. Diverse Unzulänglichkeiten der US-Militärs vor Ort sowie einige Fehleinschätzungen seitens der US-Administration beeinträchtigten die Stabilisierung des Irak in der kritischen Anfangsphase der Besetzung. Dies führte zu einer wachsenden Unzufriedenheit bei der irakischen Bevölkerung, die Angriffe auf amerikanische Soldaten häuften sich. Ebenso die Zahl der terroristischen Attacken und Selbstmordanschläge. Diese Entwicklung perpetuierte sich danach bis in die Gegenwart und verschärft sich zunehmend.

In diesem Zusammenhang kann eine geänderte Bedeutung des Begriffes "Krieg" festgestellt werden. Wenn man die tragischen Ereignisse im Zuge des 11. September 2001^[4] mit der traditionellen Kriegsdefinition vergleicht, so kommt man zu der Erkenntnis, dass Kriege nicht mehr auf einem Schlachtfeld mit einem sichtbaren Frontverlauf ausgetragen werden. Auch scheint das Charakteristikum souveräner Nationalstaaten, die sich gemäß einer offiziellen Kriegserklärung bekämpfen, nun als Anachronismus (vgl. Mangold/Ultzsch 2004: 13).

Hinsichtlich der Rolle der Staaten bei Konflikten haben die einzelnen Staatstheorien einen Bedeutungswandel erfahren: Für die herkömmliche Theorie der internationalen Beziehungen spielt sich Krieg immer zwischen zwei Staaten ab. Mit dem 11. September 2001 wurden die Gewaltpotenziale der Globalisierung deutlich: Ein paar armselig bewaffnete Individuen gelang es die führende Supermacht der Welt zu verletzen. Terrorismus ist Ausdruck von Unsicherheit und Verwundbarkeit in einer von Diversifikation geprägten Globalisierung. Von welchen Faktoren werden Konflikte im globalen Zeitalter nach **9/11** beeinflusst? Trotz des Umstands, dass sich Theorien wie Fukuyamas **Ende der Geschichte** oder Huntingtons **Kampf der Kulturen** mit Rivalitäten zwischen Großmächten schwer tun (und damit die Möglichkeit, dass kleinere Staaten die resultierenden Spannungen ausnutzen), wird es solche auch weiterhin geben. Problematisch ist in diesem Zusammen-hang, dass Versuche, den Handel von Atomwaffen mit sog. "Schurkenstaaten" ^[5] einzudämmen, paradoxerweise neue Gewalt hervorrufen könnten. Die Zahl der Kriege zwischen den Staaten geht zurück, die Zahl der Kriege innerhalb einzelner Staaten nimmt zu. Durch terroristische Angriffe wird die staatliche Souveränität in Frage gestellt, da angegriffene Staaten gegen Staaten, die Terroristen Unterstützung bieten, vorgehen (vgl. Hoffmann 2003: 32-34).

Das wäre immer noch ein Krieg als "Fortsetzung von Politik mit anderen Mitteln". Diese bekannte und viel zitierte Definition Clausewitz' aus seinem Werk **Vom Kriege** muss daher unter neuen, anderen Gesichtspunkten betrachtet werden: Der **war against terror**, der von US-Präsident George W. Bush zwecks Bekämpfung von "Schurkenstaaten" deklariert wurde, ist kein "organisierter, bewaffneter Massenkonflikt zwischen zwei Streitkräften zweier Länder oder zwischen Regierungstruppen und Guerilla-Kämpfern" wie ihn die UNO definiert: "**Er ist vielmehr die Suche nach einzelnen Personen, meist islamischen Fundamental-alisten, die für Attentate und Anschläge auf der ganzen Welt zur Rechenschaft gezogen werden sollen**"

(Mangold/Ultzsch 2004: 13).

Im Zusammenhang mit dem Irak versuchte man seitens der US-Administration von Georg W. Bush krampfhaft eine Verbindung zwischen dem Regime und islamisch-fundamentalistischen Terror-Gruppierungen herzustellen. Die argumentierten Kriegsgründe im Detail: Der Besitz und die Einsatzbereitschaft biologischer und chemischer Massenvernichtungswaffen, Verbindungen zu Bin Ladens **Al-Qaida** und der Versuch durch Käufe in Afrika Voraussetzungen für eine einsatzfähige Atombombe zu schaffen. Das sind jene Anschuldigungen, mit denen man das irakische Regime und die Weltöffentlichkeit konfrontiert und den Krieg letzten Endes gerechtfertigt hat. Auch kam das Argument der "Befreiung" des irakischen Volkes von Diktator Saddam Hussein auf, das umso populärer wurde als man mit fortschreitender Zeit nicht in der Lage war, den Nachweis der behaupteten **weapons of mass destruction** im Irak zu erbringen.

Der dreiwöchige Irak-Krieg ist daher nicht nur hinsichtlich der Rolle der Medien einzigartig, sondern auch im Blick auf seine Stellung in der Militärgeschichte. Kritik und massive Proteste gegen den "Weltpolizisten USA", die einzig verbliebene Supermacht, begleiteten Berichte aus dem bis Dezember 2011 von US-Truppen besetzten Irak und führten jedes Mal aufs Neue vor Augen, welche Bedeutung der Krieg und die nachfolgende Besatzungszeit für die USA sowie für die Kriegsgegner einnahm: Selten zuvor **"ist ein Krieg so intensiv gewollt und so langfristig und zielstrebig vorbereitet worden wie der dritte Golfkrieg"** (Sponeck/Zumach 2003: 11).

Die mediale Berichterstattung selbst stellte ein zentrales Thema in der Diskussion des Irak-Krieges dar. Die umfangreichen Planungen hinsichtlich der Medien konkurrierten, was Größe und Aufwand betrifft, mit den eigentlichen militärischen Kriegsvorbereitungen der Alliierten. Neben dem militärischen Krieg, wurde der "Krieg der Bilder und Berichte" genauestens vorbereitet. Nachrichtenagenturen und Fernsehsender mussten sich im täglichen Kampf um die besten Einschaltquoten und Auflagenzahlen immer wieder aufs Neue behaupten (vgl. ebd.).

"Im Zeitalter globalisierter Medien ist der Kampf um die Information längst auch ein großes Geschäft und ein eigenständiger Bereich der strategischen Kriegsführung" (Kesper/Klußmann 2000: 5.). Kriege und Medien haben seit jeher eine parallele Entwicklung vollzogen, so auch in der Gegenwart: Die Umwälzung im Bereich der Kommunikations- und Informationstechnologie, die im Zuge des Irak-Krieges zum Einsatz kam, muss in Verbindung mit der veränderten Kriegsführung und der Art des Krieges gesehen werden. Die professionelle Krisenberichterstattung sieht sich mit neuen Herausforderungen konfrontiert, da die Grenze zwischen journalistischer Bericht-erstellung und instrumentalisierter Verbreitung bestimmter propagandistischer Inhalte ein schmaler Grat ist. Kesper und Klußmann sprechen in diesem Zusammenhang von Medien in einer Rolle zwischen Mittäter und Mediatoren (vgl. Kesper/Klußmann 2000, zit. nach Mangold/Ultzsch 2004: 15).

"Kriegs- und Krisenberichterstattung", so schreibt Stefan Hartwig in seinem Buch **Konflikt und Kommunikation**, **"sind keine unabhängigen Phänomene, sondern zum einen vom Mediensystem, zum anderen von Militär und Politik beeinflusst. [...] Die systemimmanenten Faktoren^[6] der Medien werden es militärischen und politischen Stellen weiterhin ermöglichen, die Berichterstattung über Krisen und Krieg in großem Maße zu beeinflussen und gar zu lenken."** (Hartwig 1999: 11f).

3. Hand in Hand: Kriegsberichterstattung und Propaganda

In der Kriegsberichterstattung haben sich bestimmte Objektivitätskriterien^[7] etabliert. Diese Kriterien sollen zur Sicherung eines journalistischen Qualitätsstandards beitragen und können auch als eine Art Verhaltenskodex für KriegsberichterstellerInnen gesehen werden. Allerdings ist ein Abweichen von diesen Regeln in der Praxis häufig zu beobachten (vgl. Schanne 1995: 114f., zit. nach Mangold/Ultzsch 2004: 18-19). Dieser Umstand kann auf die Tatsache zurückgeführt werden, dass sich die Medien in einem enormen Konkurrenzkampf untereinander befinden (vgl. Domeniconi 2000). **"Einschaltquoten spielen eine wichtigere Rolle als die professionellen Reflexe der Journalisten oder die Qualität ihrer Berichterstattung"** (Domeniconi 2000: 45, zit. nach Mangold/Ultzsch 2004: 19).

Der Kampf um Informationen im Irak-Krieg 2003 ist ein Paradebeispiel für den enormen Wettbewerbskampf der



Medien. Je schwieriger es ist, zu Informationen zu gelangen, desto höher wird der Druck von Fernsehsendern und Nachrichtenagenturen auf die JournalistInnen. Es ist richtig, dass im Zuge des Irak-Krieges die Informationszugänge seitens des Militärs weniger restriktiv ausgelegt waren als während des Golfkrieges 1991, allerdings waren die zu verteilenden - und journalistisch auch verwertbaren - Informationen an sich Mangelware. Für die JournalistInnen vor Ort war die Situation äußerst frustrierend. Im so genannten **CentCom** (Central Command), dem Pressezentrum der Alliierten, das eigens für den Irak-Krieg 2003 in Katar aus dem Boden gestampft wurde, gelangten die JournalistInnen oft zu mehr Informationen über die Fernschirme der Cafeteria als durch die tägliche Pressekonferenz um 14 Uhr Ortszeit. Jene Informationen, für die General Tommy Franks im Rahmen dieser Konferenzen zur Weitergabe an JournalistInnen autorisiert war, erwiesen sich in einigen Fällen als widersprüchlich, unzureichend oder schlichtweg falsch. Vielfach wurden Fragen mit dem Hinweis auf die militärisch-strategische Geheimhaltung nicht beantwortet. Einige JournalistInnen entschieden sich angesichts der gegebenen Bedingungen für die vorzeitige Abreise aus Katar, was als Ausdruck der Unzufriedenheit mit der Informationspolitik der Alliierten gewertet werden kann.

Ein großes medienpolitisches Phänomen bzw. Problem ist die Zensur. Informations-freiheit stellt in Kriegszeiten die Ausnahme dar (z. B. während des Vietnam-Krieges). Gerade in Krisenzeiten, zum Schutz der eigenen Truppen (vgl. Kunzick 1992) oder in diktatorischen Staaten, wird eine solche Freiheit weitestgehend eingeschränkt (vgl. Mangold/Ultzsch 2004: 19). **"Dieser Sachverhalt wirkt sich für den Kriegsreporter äußerst nachteilig aus. Er hat nicht nur das Problem der Informationsbeschaffung allgemein, sondern kämpft auch noch um seine Glaubwürdigkeit gegen Zensur und Manipulation."** (Mangold/Ultzsch 2004: 19).

"Den Regierungen bleibt demnach ein Ermessensspielraum, wie sie im konkreten Fall die Informationspolitik handhaben." (Heininger 1991: 87, zit. nach ebd.). Im Fall der Medien-politik der Alliierten während des Irak-Krieges handelt es sich weniger um eine direkte, als um eine indirekte Zensur. Diese Form der Zensur ist zum einen effektiver als die direkte Zensur, zum anderen wirft sie ein besseres Licht auf das Militär, da keine Informationen, die bereits von den JournalistInnen rezipiert wurden, vom Zensor der Armee gestrichen werden. Die Medien werden also, im Gegensatz zur direkten Zensur, nicht daran gehindert "wahre" Informationen weiterzuleiten. Sie erhalten ganz einfach entschärfte Informationen oder werden bewusst als Bote von Falschinformation instrumentalisiert, um den Kriegsgegner in die Irre zu führen.

So geschehen gleich zu Beginn der Kampfhandlungen im Zuge des Irak-Krieges 2003. Das Pentagon wurde in der Zeit kurz vor den ersten Angriffen nicht müde, die so genannte "Schock- und Einschüchterungstaktik" (**shock-and-awe**)^[8] über die Medien verlautbaren zu lassen. Das irakische Regime sollte demzufolge bereits zu Kriegsbeginn durch ein massives Bombardement unter Einsatz von größtenteils intelligenten Waffen demoralisiert und zur Aufgabe bewegt werden. Ein Täuschungs-manöver wie sich später herausstellte, denn der geplante Feuersturm fiel ins Wasser. Stattdessen kam es zu einem Bombardement der leeren und relativ unbedeutenden "Dora Farms"-Paläste, wo Saddam Hussein vermutet wurde. Begründet wurde diese Entscheidung mit Geheimdienstinformationen, gemäß derer sich der Diktator auf dem Territorium der "Dora Farms" befunden habe. Verteidigungsminister Rumsfeld wurde für die "Flexibilität" seiner Entscheidung gelobt, reichte das Lob weiter und wurde seinerseits nicht müde selbst die "Flexibilität" des kurzfristig initiierten Angriffes zu unterstreichen. Wie sich später herausstellte, handelte es sich dabei um ein PR-Manöver, das als politische Propaganda gewertet werden kann. Weder hat sich Saddam Hussein zum Zeitpunkt des "flexibel" erfolgten Angriffes in dem besagten Palast aufgehalten, noch wurde das angekündigte "Schock-und-Einschüchterungs"-Bombardement kurzfristig aufgrund von Geheimdienstinformationen abgesagt.

Ziel der medialen Kommunikation der **Shock-and-Awe**-Taktik war sehr wohl die Ein-schüchterung des Regimes, allerdings hätte man eine Durchführung des massiven Bombardements zu Beginn des Krieges schlecht verkaufen können. Schließlich war man aufgrund fehlender Beweise von Massenvernichtungswaffen im Irak mehr und mehr dazu übergegangen die Befreiung des irakischen Volks durch die Beseitigung Saddam Husseins hervorzuheben. Außerdem musste man daran denken, dass Bush sen. gegen Ende des Golfkrieges 1991 zum Aufstand gegen Saddam Hussein aufgerufen hatte. Über zehntausend Menschen bezahlten das mit ihrem Leben, da die USA von einer Eroberung Bagdads absahen und aus politischem Kalkül die Aufständischen im Stich gelassen wurden. Es ging somit im Rahmen der Kampfhandlungen 2003 auch darum, ein Signal gegen Saddam Hussein zu setzen, um

das Vertrauensdefizit seitens der irakischen Bevölkerung zu mindern.

Mit dem offensichtlich inszenierten "Angriff" auf das Leben Saddam Husseins wollte man also das Vertrauen der irakischen Bevölkerung gewinnen und die Botschaft verdeutlichen, dass nicht den "Irakis", sondern Saddam Hussein die Bomben gelten (vgl. Tilgner 2003: 23-24). Ein bewusstes Täuschungsmanöver war das "Dora Farms"-Bombardement insofern, als die USA möglicherweise gar nicht daran interessiert waren, im Zuge des ersten Kriegstages Saddam Hussein zu beseitigen, was die massive militärische Präsenz der USA in Verbindung mit der Inszenierung des Krieges im Irak de facto ad absurdum geführte hätte (vgl. Tilgner 2003: 50). Auch sollte man in die Überlegung miteinbeziehen, dass mit der im Zuge der militärisch erfolgreichen Irak-Kampagne erfolgten, groß angelegten Truppenstationierung ein wesentliches strategisches Ziel verwirklicht wurde: [9] US-Truppen in Saudi-Arabien, die für das Land einen permanenten Destabilisationsfaktor darstellten, waren somit überflüssig geworden (vgl. Tilgner 2003: 175).

Hinsichtlich des "Dora Farms"-Angriffes und einer möglichen Politisierung im Sinne einer Propaganda seitens der USA muss jedoch der erfolgten Analyse ein gewisses spekulatives Element zugestanden werden. Unbestritten ist jedoch, dass die Informationspolitik hinsichtlich "Schock- und Einschüchterung" ein exzellentes Beispiel für psycho-logische Kriegsführung darstellt.

3.1 Propaganda: psychologische Kriegsführung und Feindbilder

"Ein großer Teil der Nachrichten, die man im Krieg bekommt, ist widersprechend, ein noch größerer Teil ist falsch und bei weitem der größte ist einer ziemlichen Ungewissheit unterworfen.

[...]

Mit kurzen Worten: die meisten Nachrichten sind falsch"

Clausewitz 1980: 258ff

Propaganda wird vielfach unter den Oberbegriff der psychologischen Kriegsführung gestellt, da mittels Propaganda versucht wird, die feindliche Widerstandskraft durch Zermürbung der Moral zu brechen (vgl. Hartwig 1999, zit. nach Mangold/Ultzsch 2004: 33). ***"Diese Kriegsführung gegen die Seele des Gegners bedient sich Methoden der Lern-, Sozial-, Werbe- und Tiefenpsychologie, die speziell für militärische Anforderungen konzipiert wurden"*** (Hartwig 1999: 24, zit. nach Mangold/Ultzsch 2004: 33-34).

Der Begriff der Propaganda wird häufig gebraucht und selten definiert. Kurz und prägnant beschreibt das Fremdwörterbuch ***Propaganda*** als ***"Werbung für politische, kulturelle oder wirtschaftliche Zwecke"*** (Fremdwörterbuch 1983: 340). Einer negativeren Bewertung des Propaganda-Begriffs nimmt sich Lasswell an: ***"Propaganda ist die Manipulation von Symbolen, um Einstellungen bezüglich kontroverser Themen zu beeinflussen"*** (Lasswell 1942: 106). Sury erkennt ebenfalls eine Beeinflussung ausführlicher: ***"Propaganda ist die beabsichtigte und systematische soziale Beeinflussung von Denken, Handeln und Fühlen anderer Personen durch Kommunikation und zwar interessenorientiert, d. h. zum eigenen Vorteil. Sie geschieht mittels manipulativer Techniken"*** (Sury 2003: 8).

Hundhausen geht seinerseits ebenfalls stark auf die Beeinflussung und Manipulationskraft ein. Er versteht Propaganda als ***"geplante Versuche [...] durch Kommunikation die Meinung, Attitüden, Verhaltensweisen von Zielgruppen unter politischer Zielsetzung zu beeinflussen"*** (Hundhausen 1975: 13). Deutlich kommt bei dieser Definition die politische Einflusskraft zum Tragen, die auch von Wilke in Bezug auf das 20. Jahrhundert proklamiert wird: ***"Mit Propaganda wird im Allgemeinen das Bemühen bezeichnet, auf dem Wege der Kommunikation Einstellungen und Verhalten von Menschen zielgerichtet zu beeinflussen [...]. Sie ist zu einem beherrschenden Phänomen geworden. Niemals zuvor erlangte sie eine derartige Macht und ist politisch in solchem Maße instrumentalisiert worden"*** (Wilke 1997: IV).

Wie Mangold und Ultzsch (vgl. 2004: 34) in ihrer Arbeit ***Kontrollierte Berichterstattung?*** zu Recht feststellen, wird der Begriff der Propaganda sehr oft gebraucht, quasi als Teil des allgemeinen Wortschatzes akzeptiert, jedoch selten wirklich definiert bzw. darauf eingegangen was der Begriff impliziert. Zentrales Charakteristikum von Kriegs-PR und Propaganda sind wenige Themen, die in einer größtmöglichen Einfachheit vermittelt werden, d. h. es



werden ausgewählte Kern-botschaften der Öffentlichkeit prägnant vermittelt. Ziel ist die Verankerung von Bot-schaften in der öffentlichen Meinung. Das ist die zentrale Aufgabe von Kriegs-PR. Erfolgt dabei eine Verankerung mittels manipulativer Kommunikations-methoden, spricht man von Propaganda (vgl. Kutz 2006: 38).

Diese Botschaften, Mertens (2000: 260, zit. nach ebd.) bezeichnet sie als kommunikative Botschaften, "[sind] **Informationen (Wissen, Norm- und Wertvorstellungen), die nach Durchführung der Kampagne im Bewusstsein aller Mitglieder der korrespondierenden Zielgruppe verankert sein sollen.**" Damit solche Botschaften im öffentlichen Bewusstsein die Möglichkeit haben, sich zu etablieren, muss an bestehende Ressentiments und "Prägungen" angeknüpft werden, d. h. das Neue muss mit dem Alten korrelieren. Dies funktioniert häufig sehr gut mit dem Aufbau von Feindbildern, da in der Bevölkerung häufig Graduierungen von Feindbildern latent vorhanden sind. Wie erwähnt, müssen propagandistisch brauchbare Bot-schaften möglichst einfach gehalten sein, um sich ins Meinungsbild einzufügen. Sehr effektiv um an vorhandene Vorurteile, Stereotypisierungen, etc. anzuknüpfen, haben sich "Schwarz-Weiß-Bilder" herausgestellt. Das heißt einem idealisierten von Geschlossenheit, Sicherheit und Sauberkeit geprägten Selbstbild, wird ein Feindbild gegenübergestellt, welches das diametrale Gegenteil des Selbstbilds darstellt.

Die Kriegsbotschaften von Georg W. Bush im Vorfeld und während des Irak-Kriegs 2003 sind exemplarisch für ein solch inszeniertes Feindbild: Die Behauptung von Rechtsbrüchen; der Vorwurf von Verbrechen gegen die Menschlichkeit, die Unterscheidung zwischen feindlicher Führung und dem Volk des angegriffenen Landes sowie der Versuch, ein glaubwürdiges Bild gegnerischer Grausamkeit zu entwerfen, um Frieden und Verhandlungen als Alternative auszuschließen (vgl. Goetsch 1993: 82-84, zit. nach Kutz 2006: 39).

Das konstruierte Feindbild wird zwecks Untermauerung regelmäßig dem idealisierten Selbstbild gegenübergestellt. Hinsichtlich der Rhetorik von Georg W. Bush im Zusammenhang mit dem Irak-Krieg ist u. a. die Betonung auf die Freiheit bzw. die Rolle der USA als Bollwerk gegen die Tyrannei - im Sinne einer Verteidigung von Demokratie und Menschenrechte - erwähnenswert. Neokonservative ideologische Hintergründe sowie ökonomisch-hegemoniale Interessen kommen in der Kriegs-Propaganda der US-Administration nicht direkt zum Ausdruck.

3.2. Instrumentalisierung der Medien durch Propaganda

Wenn sich der/die JournalistIn bzw. der/die KriegsberichterstatterIn nicht bewusst ist, dass die Medien von der Politik als Propagandamittel missbraucht werden, so hat die **Indoktrination** leichtes Spiel (vgl. Mangold/Ultzsch 2004: 37).

Es ist verständlich warum jede Regierung in Kriegszeiten die Medien kontrollieren will. Schließlich geht es darum, durch die Beeinflussung der öffentlichen Meinung die Unter-stützung der Kriegsziele, respektive die Unterstützung der Regierung sicherzustellen (vgl. Knightley 1975). Was passieren kann, wenn die Regierung die Unterstützung der Bevölkerung verliert, ist im Zusammenhang mit dem Vietnam-Krieg hinlänglich bekannt.

Es besteht die Gefahr, dass sich die KriegsberichterstatterInnen als Handlanger von Regierungen instrumentalisieren lassen. Häufig schließen sich Kriegsreporter den "Lügen der Regierungen" (Knightley 2000, Internetquelle) aus Patriotismus, persönlicher Überzeugung oder Ehrgeiz an (vgl. Knightley 1975, zit. nach Mangold/Ultzsch 2004: 44-45). Der Irak-Krieg 2003 hat diesbezüglich eine neue Dimension der Manipulation offenbart: Die Inszenierung erfolgte nach genauen Regie-Anweisungen, um auch dem Hollywood-verwöhnten Publikum Spannung in gewohnter Qualität liefern zu können (vgl. Kneidinger 2004: 50).

Ein besonders makabres Beispiel dafür war die Berichterstattung über die "Befreiung" der US-Soldatin Jessica Lynch im Golfkrieg 2003. Die 19-Jährige wurde angeblich in einer Nacht und Nebel-Aktion von einer US-Spezialeinheit aus einem irakischen Krankenhaus "befreit". Bemerkenswert dabei ist, dass die Elite-Soldaten für die Aufnahmen mehrere Schüsse abfeuerten, Türen eintraten (und wehrlose Patienten fesselten, die "Befreiung" erfolgte also in Wirklichkeit aus einem Krankenhaus!). Die Aktion wurde mittels einer Nachtsichtkamera hollywoodreif gefilmt. Jessica Lynch wurde in den US-Medien als Heldin des Krieges gefeiert, deren Geschichte sogar von NBC verfilmt werden sollte: Sie habe sich nach einem Feuerüberfall irakischer Truppen heldenhaft gewehrt. Im Nach-hinein stellte sich diese "Befreiungsaktion" jedoch als reine Inszenierung des US-Militärs heraus

(vgl. Osang 2003: 64ff, zit. nach ebd.).

Doch vorerst half ein exklusiver Bericht auf der ersten Seite der *Washington Post* vom 3. April 2003, der sich auf ungenannte Pentagon-Quellen beruft, die Legende von der tapferen Soldatin zu verbreiten. Private Lynch widersetzt sich ihrer Gefangennahme und feuert Salve um Salve auf die irakischen Gegner (vgl. Tilgner 2003: 74). Lynch feuerte keinen Schuss ab, da ihr Gewehr eine Ladehemmung hatte. Ihre Verletzungen stammen von einem Autounfall und die Ärzte des irakischen Krankenhauses, wo Private Lynch gut versorgt wurde, versuchten sie vor der "Befreiung" zu den US-Truppen zurückzuführen, was jedoch auf Grund des Beschusses des Autos (seitens misstrauischer US-Soldaten), mit dem die Verletzte transportiert wurde, scheiterte. Der Hintergrund der inszenierten "Befreiungsaktion": Die Alliierten befanden sich in einer Phase des Krieges wo der Vormarsch auf Bagdad ins Stocken geriet und man dringend militärische Erfolgsmeldungen benötigte.

Auch der weltweit übertragene Sturz der Saddam-Statue in Bagdad erwies sich als gezielt gelenkte und inszenierte Medien-Farce: Der Sturz der Statue sollte den alliierten Kriegserfolg symbolisieren, die jubelnde irakische "Masse" war als Signifikant für die Zustimmung der irakischen Bevölkerung ob des Sturzes Saddam Husseins und der Anwesenheit der fremden Truppen gedacht. Ein Foto der britischen Nachrichtenagentur Reuters offenbarte, dass etwa 150 jubelnde IrakerInnen auf dem von US-Panzern abgeriegelten Platz sich fast verloren und keinesfalls als repräsentativ für das Meinungsbild der irakischen Bevölkerung bezeichnet werden können.^[10] Die Inszenierung kann schon allein deshalb einer genauen Überprüfung nicht standhalten, weil die Gesichter der "spontanen" DemonstrantInnen schon wenige Tage vorher im Fernsehen zu sehen waren (vgl. Kneidinger 2004: 50).

Medien und Politik. Handelt es sich dabei um eine symbiotische Beziehung? Jedenfalls sind beide Bereiche sehr eng miteinander verflochten. Kein Politiker wäre ohne Zusammenarbeit mit den Medien und ohne PR-Management überlebensfähig. Medien können also quasi als Vermittler der Politik gesehen werden, wobei in Staaten mit demokratischer Verfassung der Aspekt der Medien-unabhängigkeit sowie Kriterien der objektiven Berichterstattung von größter Bedeutung sind. Was geschieht jedoch wenn Machthaber die Medien bewusst für eigene Zwecke gebrauchen? Die Möglichkeit der Medien-Instrumentalisierung ist latent vorhanden und nicht erst durch den Irak-Konflikt und die Informationspolitik seitens der US-Administration und der US-Militärs in Folge des Irak-Krieges 2003 aktuell geworden.

Da Medien in Demokratien in einem starken Konkurrenzkampf untereinander stehen, versucht man, wenn möglich exklusiv, sprich aus erster Hand, an "die Story" zu gelangen. Wenn eine solche Information aus erster Hand jedoch in Wahrheit u. a. eine bewusste Desinformation darstellt, die von Medienvertretern (aus Zeitdruck oder aus Patriotismus) nicht ausreichend geprüft wird, so werden die Medien zu einem Instrument der politischen Indoktrination. Politische Medien-PR wandelt sich zu Propaganda. Inhalte, die durch manipulative Kommunikationsmethoden in den Medien unreflektiert wiedergegeben werden, sind daher äußerst problematisch. Seriöser Journalismus muss durch die Berücksichtigung mehrerer Perspektiven und eine faire und ausgewogene Betrachtungsweise gekennzeichnet sein. Genau das fehlt der Propaganda.

Eine neue Dimension in der Verflechtung von Medien und Politik stellt die bewusste Inszenierung von Berichten dar. Hierbei wird den Medien das sorgfältig inszenierte Material "aus erster Hand" entweder weitergeleitet oder die Inszenierung spielt sich direkt vor den Augen der Medienvertreter ab. Gemäß dem Motto "Ein Bild sagt mehr als tausend Worte" wird die Inszenierung von Bildern und Filmen in zukünftigen Kriegen weiter zunehmen. Die inszenierten Fotos des Kosovo-Konflikts sowie die Bilder und Aufnahmen, die im Rahmen des Irak-Krieges 2003 entstanden sind, dürften wohl nur ein kleiner Vorgeschmack auf künftige, medial inszenierte "Schlachtfelder" sein.

3.3 Zensur der Kriegsberichterstattung

Während die mediale Inszenierung von Ereignissen mit politischer Symbolkraft eine Form von indirekter Zensur darstellt, musste man bei der eigentlichen Kriegsberichterstattung - aus der Sicht der Militär-Strategen - im Zuge der geplanten Medienintegration zu alternativen Lösungsansätzen greifen: Das Konzept der *embedded journalists* erwies sich dabei von großem medienpolitischen Nutzen für die Alliierten. Im zweiten Teil der Artikel-Serie werde ich genauer auf die *Embeds* eingehen.

KriegsberichterstatterInnen gelten im Allgemeinen als großer Risikofaktor für eine kriegs-führende Partei, da sie beobachten und etwaiges Fehlverhalten einer militärischen Einheit oder zivile Opfer in einem ungünstigen Licht darstellen und so die öffentliche Meinung negativ beeinflussen können. Auch wird befürchtet, dass eine zu genaue Berichterstattung Vorteile für den Feind bringen könnte und so die eigenen Truppen permanent einer großen Gefahr ausgesetzt sind (vgl. Richter 1999). Das Argument hinsichtlich der Sicherheit der eigenen Truppen wurde dann auch zur Standardaussage zur Rechtfertigung der Zensur (vgl. etwa Kunczik 1992; 1995). Winston Churchill sprach über den Kriegsberichterstatter gar von einem "Feind in den eigenen Reihen" (Kunczik 1992: 7), der kontinuierlich für Ärger sorgt und "mehr Schaden anrichtet als Gutes tut" (vgl. Mangold/Ultzsch 2004: 48).

Zensur und Desinformation sind somit als fester Bestandteil der Arbeit eines/r Kriegsberichterstatters/In anzusehen. Die Militärgeschichte zeigt, dass die Kriegsbericht-erstellung von einer fortwährenden Auseinandersetzung zwischen Medien und Militär gekennzeichnet ist. Es handelt sich dabei um einen grundlegenden Interessenskonflikt (vgl. ebd.).

4. Ausblick: Teil 2

Der virtuelle Informationskrieg

- Die Militarisierung der Medien
- Medienkontrolle durch "Journalisten Pools" und "Embedded Journalists"
- Der Informationskrieg als effiziente Waffe

Anmerkungen

[1] Senator Hiram Johnson 1917, zit. nach Knightley 1975: 1. Bekannt geworden ist der Ausspruch von Hiram Johnson: "The first casualty when war comes is truth." (Classen 1999: 124-125, zit. nach Kutz 2006: 10) Des Weiteren wird ein ähnlicher Satz noch Rudyard Kipling zugeschrieben sowie Samuel Johnson ("...among the calamities of war may be jointly numbered the diminution of the love of truth, by the falsehoods which interest dictates and credulity encourages.") und einer weiteren Reihe von Autoren. Vgl. Guardian Unlimited 2004, Internetquelle, zit. nach ebd. Erstmals erwähnt wird der Zusammenhang von Aischylos (524-465 v. Chr.) Er hat seinen Weg in die Moderne vermutlich über die klassische Bildung einiger der oben genannten Persönlichkeiten gefunden. Vgl. Quotations Page, Internetquelle, zit. nach ebd.

[2] Zit. nach Röhl 1992: 217.

[3] Stein 1968: 84, zit. nach Mangold/Ultzsch 2004: 38

[4] Vier nahezu gleichzeitig entführte Passagiermaschinen zerstören am 11. September 2001 kurz nacheinander die Zwillingstürme des **World Trade Center** in New York. Eine Maschine stürzt auf einen Gebäudeflügel des Pentagon in Washington, ein viertes Flugzeug zerschellt in der Nähe von Pittsburgh. Dem Terroranschlag radikaler Islamisten, unter der Führung des Al-Quaida-Chefs Osama Bin Laden, fallen mehr als 3000 Menschen zum Opfer (vgl. Tagesschau 2002, zit. nach Mangold/Ultzsch: 13).

[5] Der Begriff Schurkenstaat wurde vom US-Außenministerium für jene Staaten verwendet, die nach Auffassung der US-Regierung den Terrorismus unterstützten und daher von den USA mit Sanktionen belegt wurden. Der Begriff **rogue state**, den man auch mit Banditen- oder Pariastaat übersetzen kann, war für eine scharf umrissene Gruppe von sieben Staaten reserviert (Nordkorea, Kuba, Irak, Iran, Libyen, Sudan und Syrien). Im Juni 2003 hatte das US-Außenministerium den Ausdruck "Schurkenstaat" aus seinem diplomatischen Wortschatz gestrichen. An seiner Stelle ist der Begriff **state of concern** getreten (Besorgnis erregender Staat), was ein flexibleres Vorgehen gegenüber solchen Staaten ermöglichen sollte (vgl. Chomsky 2000, Internetquelle).

[6] Als systemimmanente Faktoren der Medien beschreibt Hartwig die Hierarchie und den Selbstbezug der Medien,



die zum einen zu gegenseitiger Kontrolle der JournalistInnen untereinander führt, zum anderen aber auch zur Übernahme von beeinflusster Berichterstattung. Als Beispiel führt Hartwig den Golfkrieg 1991 an, in dem der amerikanische Nachrichtensender CNN als einziger Sender die Möglichkeit hatte, aus Bagdad zu berichten und die anderen Medien zwangsläufig auf diese - von der irakischen Zensur beeinflussten - Informationen angewiesen waren (vgl. Hartwig 1999, zit. nach Mangold/Ultzsch 2004: 15).

[7] Schanne führt einen Katalog journalistischer Objektivitätskriterien an, der für Redaktionen und JournalistInnen Geltung besitzt. Im Einzelnen sind dies:

- Korrekte Angaben über Ort und Zeit des Ereignisses sowie der am Ereignis beteiligten Personen
- Korrekte Wiedergabe der zählbaren Eigenheiten des Ereignisses, wie z. B. Angaben der Toten und Verwundeten, genaue Bezeichnung der Quellen und Gegenüberstellung von verschiedenen Standpunkten, um eine verlässliche Einschätzung der Relevanz der jeweiligen Informationen und Meinungen durch die Rezipienten zu ermöglichen
- Korrekte Wiedergabe von Aussagen und Dokumenten in direkten oder indirekten Zitaten
- Explizite Auszeichnung insbesondere noch nicht bestätigter Informationen
- Allein die Gesichtspunkte von Rolle und Funktion der an dem Ereignis beteiligten Personen, muss in den Vordergrund gerückt werden
- Beachtung der institutionellen Beziehungen zwischen den handelnden und beteiligten Akteuren.
- Unterscheidung und Kennzeichnung der verschiedenen journalistischen Rollen, im Rahmen der Berichterstattung
- Wahrung der journalistischen Unabhängigkeit vor der kleinsten Gefahr der Korruption
- Vermeidung der im herkömmlichen und alltäglichen Sprachgebrauch üblichen impliziten Wertungen (vgl. Schanne 1995: 114 f., zit. nach Mangold/Ultzsch 2004: 18).

[8] Das Konzept soll einem Pentagon-Papier von 1996 zufolge den Gegner so nachhaltig von der Stärke des US-Militärs überzeugen, dass er "keine andere Möglichkeit hat, als unsere strategischen und militärischen Ziele zu akzeptieren". Die Strategen sehen im **Shock-and-Awe**-Konzept eine Reaktion auf die Zeit nach dem Kalten Krieg. Den USA, glauben sie, gibt ihre militärtechnische Überlegenheit allein keine Garantie mehr, Konflikte in ihrem Sinne zu entscheiden. Mit "Schock und Einschüchterung" sollen der Wille und die Wahrnehmung des Gegners so stark beeinflusst werden, dass er unfähig wird, zu agieren, oder zu reagieren. Eine zahlenmäßige Unterlegenheit der US-Truppen kann durch einen deutlichen Vorteil in der Militärtechnologie, im Training und in der Schnelligkeit ausgeglichen werden.

Im Konzept heißt es martialisch: "Paralysieren, Schockieren, Entnerven, Verhindern, Zerstören". Ein Angriffsstil, der ähnlich demoralisierend wirken soll wie der Abwurf der beiden Atombomben auf Hiroshima und Nagasaki, mit dem der Zweite Weltkrieg schrecklich zu Ende ging. "Schock und Einschüchterung" kommt mir vor wie psychologische Kriegsführung auf einem neuen Niveau. Das Konzept empfiehlt den massiven Einsatz von Täuschungen, Lügen, und Falschinformation - und genau diese Mittel haben die US-Militärs nie zuvor so ausgiebig genutzt wie im Irak-Krieg." (Tilgner 2003: 41-42).

[9] Paul Wolfowitz erklärte in einem Interview mit dem Magazin **Vanity Fair** Ende Mai 2003, der Krieg sei aus "bürokratischen Ursachen" mit einer Bedrohung durch Massenvernichtungswaffen begründet worden: "Das war der eine Grund, dem jeder zustimmen konnte." Ein bedeutender Kriegsgrund habe in Wahrheit darin bestanden, dass mit dem Irak-Krieg die Präsenz von US-Truppen in Saudi-Arabien überflüssig geworden sei. Allein durch die Beseitigung der Stationierung, die eine Belastung für Saudi-Arabien darstelle, sei langfristig ein Friede im Nahen Osten zu sichern. Für Wolfowitz ist dieser Grund "fast unbeachtet, aber riesig" (Tilgner 2003: 175).

[10] Siehe auch Tilgner 2003: 123-126: "Im Überschwang des Sieges verhüllt ein Marinesoldat Saddams Metallgesicht mit einem Sternenbanner. Statt Jubel ertet der Übereifrige das betretene Schweigen der Menge. Die Menschen kennen sehr wohl den Unterschied zwischen Eroberung und Befreiung. Erst als der Diktator mit einer alten irakischen Flagge verhüllt wird, regt sich schüchterner Jubel. Der Sturz zieht sich jedoch weiter hin, bis dem Koloss endlich eine Stahlkette um den Hals gehängt wird und der Bergungspanzer seine volle Kraft einsetzen kann. Langsam zieht er die Statue nieder, ihr Beharrungs-vermögen erstaunt jeden Beobachter" (Tilgner 2003:



125).

Literatur

Classen, Elvira (1999): Konstruktion von Medienrealität im Kosovo-Krieg, in: *antimilitarismus-information* 7/99, 124-138.

Clausewitz, Carl von (1980): *Vom Kriege - Hinterlassenes Werk*, 19. Auflage, Bonn: Ferdinand Dümmlers Verlag, (1. Aufl. unbek.).

Domeniconi, Marco (2000): Zwischen Markt und öffentlicher Meinung. Der Krieg der Medien, in: Friedrich-Ebert-Stiftung (Hg.): *Medien im Konflikt - Mittäter oder Mediatoren*, Bonn: Internationale Konferenz, 45-50.

Foggensteiner, Alexander (1993): *Reporter im Krieg. Was sie denken, was sie fühlen, wie sie arbeiten*, Wien: Picus.

Goetsch, Paul (1993): *Die Rhetorik amerikanischer Präsidenten seit F. D. Roosevelt*, Goetsch, Paul/Hurm, Gerd (Hg.): Tübingen: Gunter Narr Verlag.

Fleischhauer, Jan et al. (2003): Reporter in Kampfmontur, in: *Spiegel* 14/03, 198-200.

Fremdwörterbuch, Der kleine Duden (1983): Artikel *Propaganda*, 2. Auflage, Mannheim/Wien/Zürich: Bibliographisches Institut.

Hartwig, Stefan (1999): *Konflikt und Kommunikation. Berichterstattung. Medienarbeit und Propaganda in internationalen Konflikten vom Krimkrieg bis zum Kosovo*, Münster/Hamburg/London: LIT-Verlag.

Hundhausen, Carl (1975): *Propaganda. Grundlagen, Prinzipien, Materialien, Quellen*, Essen: Giradet.

Kneidinger, Bernadette (2004): *Propaganda, Stereotype und Feindbilder in der Krisen- und Kriegsberichterstattung. Ein inhaltsanalytischer Vergleich der Berichterstattung über den Golfkrieg 2003 in den Nachrichtenmagazinen "Spiegel" und "Profil"*, Wien: Diplomarbeit, Universität Wien.

Knightley, Phillip (1975): *The first casualty. From the Crimea to Vietnam. The war correspondent as hero, propagandist and myth maker*, New York: Harcourt Brace Jovanovich.

Kunczik, Michael (1992): *War and censorship - inseparable?* Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Kutz, Magnus-Sebastian (2006): *Public Relations oder Propaganda? Die Öffentlichkeitsarbeit der US-Administration zum Krieg gegen den Irak 2003*, hrsg. von Hans J. Kleinsteuber, Berlin: LIT-Verlag (Medien & Politik, Band 30).

Mangold, Christoph/Lars, Ultzsch (2004): *Kontrollierte Berichterstattung? Der Irak-Krieg 2003 aus der Sicht beteiligter Journalisten*, München: kopaed.

Merten, Klaus (2000): *Das Handwörterbuch der PR*, Frankfurt/M.: FAZ-Institut.

Richter, Simone (1999): *Journalisten zwischen den Fronten. Kriegsberichterstattung am Beispiel Jugoslawiens*, Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag.

Röhl, Henning (1992): *Die Macht der Nachrichten. Hinter den Kulissen der Tagesschau*, Berlin, Frankfurt/M.: Ullstein.

Schwilk, Heimo (1991): *Was man uns verschwieg. Der Golfkrieg und die Zensur*, Frankfurt/M.: Ullstein.



Sponeck von, Hans/Zumach, Andreas (2003): *Irak. Chronik eines gewollten Krieges*, Köln: Kiepenheuer & Witsch.

Stein, M. L. (1968): *Underfire. The story of American war correspondents*, New York: J. Messner.

Tilgner, Ulrich (2004) *Der inszenierte Krieg. Täuschung und Wahrheit beim Sturz Saddam Husseins*, 9. Auflage, Berlin: Rowohlt (2003).

Weischenberg, Siegfried (1995): *Trends der Informationsgesellschaft. Eine annotierte Bibliographie zur Zukunft der Medienkommunikation*, Münster: Agenda-Verlag.

Wilke, Jürgen (1997) (Hg.): *Pressepolitik und Propaganda. Historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg*, Köln/Weimar/Wien: Böhlau Verlag.

Internetquellen

Bush, George W. (2001): Adress to a Joint Session of Congress and the American People, unter: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/gwbush911jointsessionspeech.htm> (letzter Zugriff: 03.03.2013).

Chomsky, Noam (2000): Schurkenstaaten - States of concern. Le Monde diplomatique vom 11.08.200, unter: http://www.nadir.org/nadir/initiativ/kombo/k_soaus/k_m-schurk.htm (letzter Zugriff: 17.03.2013).

Guardian Unlimited (2004): Who coined the phrase 'The first casualty of War is Truth'?, unter: <http://www.guardian.co.uk/notesandqueries/query/0,5753,-21510,00.html> (letzter Zugriff: 03.03.2013).

Journalism.org (2003): Embedded reporters. What are Americans getting?, unter: <http://www.journalism.org/node/211> (letzter Zugriff: 03.03.2013).

Knightley, Phillip (2000): Das erste Opfer ist die Wahrheit. Kriegsberichterstattung unter Beschuss, unter: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/8/8072/1.html> (letzter Zugriff: 03.03.2013).

Patalong, Frank (2003): Der Live-Krieg. Saddam wir kommen, unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/technologie/0,1518,241432,00.html> (letzter Zugriff: 03.03.2013).

Tags

irak-krieg, 2003, 9/11, 11. september, golf-krieg 1991, cnn, vietnam, medien, pr, propaganda, krieg, kriegsberichterstattung, wahrheit, zensur, informationsflut, georg w. bush, us-administration, war on terror, saddam hussein, vorwürfe, massenvernichtungs-waffen, hegemoniale interessen

Redaktion Medienimpulse
Concordiaplatz 1, Präs 7
1010 Wien
redaktion@medienimpulse.at
Offenlegung
Impressum:
Impressum gemäß "Mediengesetz mit Novelle 2005"
BGBl. Nr. 314/1981 in der Fassung BGBl I Nr. 49/2005.

Medieninhaber: Bundesministerium für Bildung und Frauen, Minoritenplatz 5, 1014 Wien, Österreich.

Hersteller: Inhalt: Bundesministerium für Bildung und Frauen
Verlagsort: Wien.



Herstellungsort: Wien.

Bundesministerium für Bildung und Frauen

Minoritenplatz 5

1014 Wien

T +43 1 53120 DW (0)

F +43 1 53120-3099 v www.bmukk.gv.at
