

# „Bleibt dran,

# D i e

## – Mit Kriegsnachrichten zum Frieden?

Christian Büttner

**Die Kommunikationsvernetzung der Welt, die zahlreichen Satelliten und eine Hochtechnologie im Bereich Mobilfunk erlauben die Versorgung mit Nachrichten rund um den Globus, Verbindungen in die entlegensten Gegenden und in „real-time“. Werden wir dies im Hinblick auf die Lebensverhältnisse der Menschen als einen Fortschritt nutzen können? Wird es dadurch leichter, sich als Adressat von Nachrichten ein „objektives“ Bild von der Welt zu machen?**

Gängige Meinung ist, daß Nachrichten aufklärerische Wirkung haben und daß sie den Nachrichtenempfänger in die Lage versetzen sollen, ein der Wahrheit möglichst nahekommendes Abbild einer aktuellen Begebenheit oder Lage zu entwickeln. Aber welcher Lage, welcher Begebenheit? Das Informiertsein über die Wetterlage heute und die Wetteraussichten auf die Zukunft scheint rund um den Globus der einzige universell interessierende Nachrichtinhalt zu sein (und wird entsprechend inszeniert, animiert und zelebriert). Die Wetternachricht ist allerdings auch die einzige Nachricht, deren Wahrheitsgehalt sich vom einzelnen Nachrichtenempfänger unmittelbar überprüfen läßt: Er weiß, wie das Wetter in seinem Lebensbereich heute war, und er kann morgen erfahren, ob die Vorhersage gestimmt hat oder nicht.

### **Was ich nicht weiß, macht mich nicht heiß!**

Die Überprüfung des Wahrheitsgehaltes von Nachrichten – abgesehen von der Wettervorhersage – erweist sich für den Zuschauer als ungleich schwieriger, wenn nicht gar unmöglich. Man kann, ja, man muß die Nachrichteninhalte zunächst einmal „glauben“, selbst dann, wenn sie recht unwahrscheinlich anmuten. Aber geht es den Nachrichtenempfängern überhaupt um den Wahrheitsgehalt von Nachrichten? Sollen ihm Nachrichten allein zur Übermittlung wahrheitsgemäßer Informationen über nahe und ferne Ereignisse dienen? Will man denn wirklich alles wissen, alles gesehen haben? Und von der Seite der Nachrichtenproduzenten aus gesehen: Geht es ihnen um „Wahrheit“ und Objektivität? Werden Nachrichten nicht auch gezielt eingesetzt oder gar gezielt weggelassen, um spezielle Interessen durchzusetzen – und seien dies allein ökonomische Interessen – oder Widerstand ge-

# g a n z e W e l t h ö r t e u c h z u ! “

gen die Durchsetzung spezieller Interessen anderer zu verhindern?

Wenn es aber nicht oder wenigstens nicht allein um politische Aufklärung, sondern um gezielte Information – und nicht zuletzt um die eigenen ökonomischen Interessen der Nachrichtenproduzenten – geht: Wie sollten Nachrichten beschaffen sein? Was regt Fernsehzuschauer bei den Nachrichten auf, was beruhigt sie – ganz unabhängig davon, ob es überhaupt wahr ist? Was bringt die Zuschauer zum Handeln, was läßt sie die Hände in den Schoß legen?

Solche Betroffenheiten muten wahrscheinlich zunächst einmal so subjektiv an, daß man nur schwerlich von einer generellen Wirkung von Nachrichten sprechen kann.

Und doch gibt es Reaktionsanteile, die weit über diese subjektive Betroffenheit hinausgehen. Zwei Beispiele: die Nachricht vom Tod Prinzessin Dianas und die Nachrichtenfolge zum Gladbecker Geiseldrama. In beiden Fällen zeigte sich ein kollektives, scheinbar gleichförmiges Interesse großer Zuschauermassen, im ersten Fall der ganzen Welt und im zweiten Fall der deutschen Bundesbürger. Es war gar nicht das Informiertsein allein, es war vor allem die Identifikation mit dem in den Nachrichten aufgenommenen Thema. Im ersten Fall ergab sich eine kollektive Phantasie weltweiter Gemeinschaft in der Trauer um die „Prinzessin des Volkes“ – unabhängig von dem „wahren“ Leben Dianas. Und im zweiten Fall war es das Interesse an dem Räuber und Gendarm-Spiel – bekannt aus Kindheitserinnerungen. In diesem Fall konnte man u. a. eine kollektive Identifikation mit ambivalenten Haltungen gegenüber Recht und Unrecht, Verhältnismäßigkeit und Unverhältnismäßigkeit der Mittel und Schwach-

sinn und Größenwahn erkennen („Ich kann tun, was ich will – ohne Rücksicht auf die Mittel“; „Ich habe alles unter Kontrolle, und die Bösen werden der gerechten Strafe zugeführt“), eine Faszination, wie sie auch bei dem Interesse an Actionfilmen zu beobachten ist.

Selbst bei Kriegsnachrichten kann man vermuten, daß das Interesse der Zuschauer u. a. auch einer offenen bzw. „geheimen“ höchst individuellen „Lust“ am Krieg folgt. Je nachdem, wie nah oder fern die innere und äußere Teilnahme am Geschehen liegt, das durch die Nachricht aufgegriffen wird, desto mehr oder weniger wird es auch die Identifikation mit der einen oder anderen Kriegspartei beim Zuschauer hervorrufen. Aber es ist nicht nur der nachvollziehbar rationale Anteil, den Zuschauer an Kriegsnachrichten nehmen können. Es kann auch die Faszination am Thema Krieg ganz allgemein sein, die eine Kriegsnachricht wie ein Detail in einem Kriegsspiel erscheinen läßt, an dem man sich ergötzt. Kriegsnachrichten wirken in diesem Sinne wahrscheinlich ähnlich „attraktiv“ wie Kriegsfilme (in denen ja auch eine Identifikation mit den „Guten“, den „Bösen“, den „Aliens“ oder anderen Figuren in dem Kriegsszenario nahegelegt wird). Immerhin haben wir eine Neuauflage vom *Krieg der Sterne* erleben können – weltweit. Und das Thema der Bedrohung von äußeren Feinden war immer schon ein beliebter Topos in Reality Shows und fiktionalen Kulturprodukten.

Ein noch tieferliegendes Motiv kann die unersättliche Gier nach Phantasmen wie grandioser Destruktivität und grenzenloser Macht darstellen, wie sie sich in den „geliebten“ Bildern von Explosionen zeigen, nicht nur in Kinofilmen, sondern auch in Nachrichten, sogar als weltweit verstandene Symbole wie z. B. das Bild der explodierenden Atombombe. Im Medium Fernsehen bleiben solche Bilder Bilder, sie sind virtuell, selbst wenn man weiß, daß es Menschen gegeben hat, die die Explosionen und Zerstörungen „live“ gesehen haben, die Zeitzeugen. Die Nachrichtenzuschauer dagegen sind allenfalls Zeitzeugen der Nachrichtensendungen.

### **Science-fiction oder Reality Show?**

Über das Medium Fernsehen werden – wie in einem Ritual – immer zur gleichen Zeit die Nachrichten gesendet, danach (und davor) kommt „Programm“, also das, was den Zuschauer u. a. unterhalten, bilden und zerstreuen soll. Am Arrangement des Aufnehmens der Fernsehbilder ändert sich bei diesem Wechsel nichts: Der Zuschauer sitzt bei den Nachrichten ebenso vor demselben Bildschirm wie beim Programm. Was unterscheidet die Nachrichtensendung zu aktuellen Kriegshandlungen beispielsweise von den Kriegsfilmen? Könnten die Bilder und Kommentare in den Kriegsnachrichten nicht ebenso produziert worden sein wie der nachfolgende Kriegsfilm? Die Entwicklung der Bildherstellung- und Bildbearbeitungstechniken läßt eine solche Hypothese immer wahrscheinlicher werden. Heute lassen sich sogar Tote cineastisch zum Leben wiedererwecken.

Es gibt aus der Geschichte des Rundfunks zahlreiche bekannte Beispiele für diese Überlegung, z. B. die Hörspielsendung zur Invasion von Marsmenschen, die, in den 30er Jahren gesendet, die Hörer in Angst und Schrecken versetzte, weil diese nicht wahrhaben konnten oder wollten, daß es sich um eine Fiktion handelte. Oder die Weihnachtsbotschaft der Frontsoldaten im Zweiten Weltkrieg, die als „Direktübertragung“ angesagt wurde, aber im Studio in Berlin als Zeichen der Siegesgewißheit produziert worden war und auch von dort gesendet wurde.

Diese Überlegungen führen zu den Absichten der Nachrichtenproduzenten und zu denen, die andere Interessen mit Nachrichten verbinden

als die Zuschauer. Folgende Nachrichtenszene hat mich in diesem Zusammenhang besonders beeindruckt: Beirut. Die Kamera hält auf eine Frau am rechten Straßenrand, die die offene Straße überqueren möchte. Heckenschützen – so der Off-Kommentar – belegen die Straße immer wieder mit Feuer. Plötzlich rennt die Frau los. Stimme im Off: „Wird sie es schaffen?“ Ich spüre, wie ich selbst in erwartungsvolle Spannung gerate, mir drängt sich das Bild einer Wildweststadt im Kinofilm auf: Auf den Dächern die feindlichen Schützen und der Held, der die Straße überqueren muß.

Was wollen die Nachrichtenanbieter erreichen? Welche Interessen werden mit Nachrichten außer denen, die Zuschauer haben können, verbunden? Sind es die gleichen? Wer „mischt“ noch bei der Produktion von Nachrichten mit außer den Journalisten und Nachrichtenredaktionen? Da zur Produktion von Nachrichten bereits viele – wenn auch verstreute – Überlegungen vorliegen, habe ich diese unter dem Gesichtspunkt meines Themas „Inszenierung vom Krieg in den Nachrichten“ neu strukturiert.

### **Inszenierung der Nachrichten für das Publikum**

Normalerweise spricht man von Inszenierungen bei Spielfilmen und Theateraufführungen und bezeichnet damit die spielerische Ebene medialen Erlebens, und der inszenierten Vorstellung gegenüber sitzt bekanntermaßen das Publikum. Wenn bei Nachrichten und Magazinen immer wieder von dem Zuschauer-„Publikum“ die Rede ist, kann man offenbar auch beim Medieninhalt „Nachrichten“ wie bei Spielfilmen von „Inszenierungen“ sprechen. Medienproduzenten und Publikum ziehen hier offenbar am gleichen Strang: Das Publikum will seine Show, seien dies eben die Nachrichten oder die Magazinsendungen. Diese müssen deshalb nur zu einem Teil den „journalistischen Standards der journalistischen Objektivitätskriterien zu einer verlässlichen journalistischen Beschreibung von Wirklichkeit“ folgen (Schanne 1995, S. 11ff.). Unter Markt- und Konkurrenzgesichtspunkten im Mediengeschäft müssen sie aber in erster Linie Quoten bringen. Und dies können sie um so mehr, je besser die Inszenierung der Nachrichten und der Magazinsendungen auf die Sehlust des Zuschauers ausgerichtet ist.

Weder aber sind die Zuschauer eine homogene Masse, noch folgen die Nachrichtenredaktionen den gleichen Inszenierungsmaximen wie denen der Film- und Serienproduktion. Dennoch sind die meisten Kriegsnachrichten – unabhängig von ihrem Wahrheitsgehalt – auf die filmgewohnten Zuschauer und ihre jeweiligen politischen Haltungen hin zugeschnitten. So drückt ein Redakteur der *Hannoverschen Allgemeinen* bereits in der Sprache aus, wo Journalisten ihr Material hernehmen müssen, um in Redaktionen und letztlich bei Zuschauern erfolgreich zu sein, nämlich dort, „wo die Musik spielt: Einen Tag spielt die Musik in Pale, den anderen in Belgrad, den dritten in Sarajevo“ (Papendieck 1997, S. 24).

### **Nachrichteninszenierung der Politik**

Zu keiner Zeit und nirgendwo auf der Welt waren Medien, also Vermittlungsinstanzen von Informationen an das „Volk“, unabhängig von den Machtverhältnissen – besonders in ihren jeweiligen Heimatländern. Entweder waren sie konform mit den herrschenden Ansichten, standen unter Zensur, oder ihre Informationstätigkeit wurde in Extremfällen gänzlich verboten. Wenn Medien nicht explizit als Teil eines Propagandainstruments benutzt wurden, so waren sie gleichwohl ein zentraler Faktor im Machtkalkül der Herrschenden, sei es in Diktaturen, sei es in Demokratien.

In zahlreichen historischen Analysen ist nachgewiesen worden, wie und wozu Medien Politiker – besonders in innenpolitischen Krisensituationen – verhelfen sollen: zu dem Bild einer starken, vertrauensvollen Persönlichkeit. Ein solches Bild läßt sich dann besonders gut in Szene setzen, wenn ein äußerer Anlaß für starkes und vertrauensvolles Verhalten ge- oder erfunden werden kann – meist ein Krieg in einer möglichst fernen Region, also ohne Gefahr für die eigene Bevölkerung. Die Nachrichten müssen allerdings zu diesem Bild passen. „Zur Qualität der Nachrichten im Kriege schreibt deshalb schon von Clausewitz: ‚Ein großer Teil der Nachrichten, die man im Kriege bekommt, ist widersprechend, ein noch größerer ist falsch, und bei weitem der größte ist einer ziemlichen Ungewißheit unterworfen ... Mit kurzen Worten: Die meisten Nachrichten sind falsch...‘ Ein vergleichbares Resümee aufgrund seiner Untersuchung der Propaganda im Ersten Weltkrieg zieht Sir

Arthur Ponsonby, der Autor von *Lügen in Kriegszeiten*: ‚In Kriegszeiten ist das Versäumen zu lügen eine Nachlässigkeit, das Bezweifeln einer Lüge ein Vergehen und die Erklärung der Wahrheit ein Verbrechen.‘ Ganz pragmatisch konstatierte Bismarck: ‚Es wird nie so viel gelogen, wie vor der Wahl, während des Krieges und nach der Jagd‘“ (Kunczik 1995, S. 93).

### Inszenierung der Militärs

Der Griff zur Lüge begleitet nahezu alle Kriegsanfänge, einerlei, wann und wo Kriege jemals geführt wurden. Hier die relativ neue Version zum Golfkrieg: Amnesty International wurde als „Glaubwürdigkeitskatalysator“ benutzt, um die offizielle Präsentation einer von der Bevölkerung akzeptierten Angriffsbereitschaft in den USA zu optimieren. „Und die lieferte ‚Nayirah‘, ein 15jähriges kuwaitisches Mädchen, das als Augenzeugin in Erscheinung trat. In erschütternden Berichten beschrieb sie die Brutalität der Besatzer und Aggressoren: ‚Ich tat freiwillig Dienst im Al Addan-Hospital... Während ich dort war, sah ich die irakischen Soldaten bewaffnet in das Krankenhaus kommen und in den Raum gehen, wo fünfzehn Babys in Brutkästen lagen. Sie nahmen die Babys aus den Brutkästen, nahmen die Brutkästen mit und ließen die Babys auf dem kalten Fußboden zurück, wo sie starben““ (Beham 1996, S. 154). Die Wahrheit hat in-

zwischen das Tageslicht erblickt. Es handelte sich um die Tochter des kuwaitischen Botschafters in den USA, die sich zum Zeitpunkt ihres angeblichen Erlebnisses in den USA aufgehalten hatte. Die Geschichte war erfunden und als Nachricht inszeniert worden.

### Die Selbstinszenierung der Medien

Es gehört zum Wesen der kapitalistischen Gesellschaft, daß sie im Kampf um Geld und Macht Gewinner und Verlierer kennt. Auch als Journalist muß man möglichst auf der Seite des Gewinners sein. Und gewinnen muß man – nicht zuletzt – auch gegen die journalistische Konkurrenz, notfalls mit erfundenen Inszenierungen. Neben den zivilen Inszenierungen von Sensationsnachrichten (ich erinnere an das Geiseldrama von Gladbeck), die ihrerseits wieder einiges an Sensationen hervorgerufen haben, bietet sich hierfür auch und gerade der Krieg oder die Krise an. Was könnte es Erfolgreicheres geben, als seine Nachricht, seine Information oder Botschaft vor der ganzen Welt zu verkünden? Angesichts von Nachrichtensperren im Krieg ist die Verführung zu Inszenierungen von Nachrichten besonders groß, vor allem, wenn es von Politik und /oder Militärs verlockende Angebote gibt.

Hier ein Beispiel aus dem äthiopischen Bürgerkrieg: „Ich war ... in Tigray, wo die TPLF, die Befreiungsbewegung Tigray Peoples Liberation Front, aktiv ist. Wir wurden an viele Orte dieses Guerillakrieges geführt, aber eben zumeist in der Nacht. Tagsüber war dieser Krieg durch die MiG-Angriffe der äthiopischen Luftwaffe so gefährlich, daß am Boden keine Bewegung stattfinden durfte. Als wir bis zum Schluß des Reportage-Aufenthaltes noch keine Kampfhandlungen beobachtet hatten, bat der Reporter der ARD darum, daß ihm noch einmal ein kleines Scharmützel organisiert würde: Zerlumppte Guerilleros laufen mit alten Knarren den Berg hoch, andere ähnlich zerlumpt den Berg herunter. Einige Schüsse gehen los, irgendwohin“ (Neudeck 1997, S. 343).

Das zweite Beispiel zu dieser These – noch einmal aus dem Golfkrieg – stammt von Malte Olschewski, Auslandsredakteur des österreichischen Fernsehens, und zwar aus seinem Buch mit dem bezeichnenden Titel *Krieg als Show*: „Es ist eine Liveschaltung. Es ist in den ersten

Tagen des Krieges. Es ist das CNN-Büro in Jerusalem. Hier ist man mit der Produktion von Wirklichkeit beschäftigt. Am Vortag waren irakische Scudraketen auf Israel niedergegangen. Sie hatten begrenzte Schäden und ein paar Verletzte gefordert. Nun hatte es soeben neuen Alarm gegeben, dem baldige Entwarnung folgte. CNN beginnt mit diesem Fehlalarm eine typische Nachrichteninszenierung. Vor den in Realzeit weltweit übertragenden Kameras wuseln ein gutes Dutzend Journalisten und Techniker durchs Studio. Sie beginnen, ihre Gasmasken aufzusetzen. Israels Vize-Außenminister Netanjahu ist, weil es sich so schön ergeben hat, zu einem Interview im Studio. Auch er zieht sich die Gasmaske aufs Antlitz. Das Wort ‚Live‘ ist ständig eingeblendet. Aus Atlanta führt die Stimme von Anchor-Man Reid Collins überregionale Regie. Wie ein Hohepriester zelebriert er das Wunder der Schaltung: ‚Ich will sehen, ob ich Larry Register hören kann, der jetzt mit Mikrofon und Gasmaske ausgerüstet ist. Larry, kannst du mich hören?‘ ‚Jawohl, alles o.k.‘ Larry in Jerusalem hört Atlanta. Damit nicht genug. Die CNN-Zentrale strebt eine Dreierschaltung mit Hereinnahme von Tel Aviv an. Die Betonung gilt dem Wunder der Technik. ‚Ich versuche, Richard in Tel Aviv dazuzubekommen.‘ Bedeutungsschwere Sekunden. Ähnlich wie im Gottesdienst die Wandlung ist hier die Schaltung: ‚Richard, kannst du mich hören?‘ Sekunden Pause. Dann die erlösende Botschaft in Form der Stimme des CNN-Reporters in Tel Aviv, Richard Bleystone. Er hat wenig zu sagen: ‚Ja, ich bin hier. In Tel Aviv haben vor ungefähr drei Minuten die Sirenen zu heulen begonnen. Jetzt ist alles wieder still. Wenn ich aus dem Fenster schaue, sehe ich menschenleere Straßen. Nicht ganz. Ich sehe jetzt ein Auto. Nein, ich sehe zwei Autos...‘ Nach dem Hochamt der Schaltung folgt die Nullmeldung über zwei fahrende Autos. Mittlerweile hat sich die Korrespondentin Linda Scherzer im Jerusalemer Büro die Gasmaske übergestreift. Sie arbeitet sich durch das Gewühl zielstrebig ins Bildzentrum vor. Sie beginnt dort mit einem sehr allgemeinen Lagebericht. Sie tut es aber durch die Gasmaske, die sich damit als ungeeignetes Hindernis für flaches Realzeit-Geplapper herausstellt. Die ganze Bedrohung ist simuliert. Das beweist ein CNN-Techniker, der die ganze Zeit, im Hintergrund agierend, ohne Maske bleibt“ (Olschewski 1993, S. 201f.).

### Die Selbstinszenierung einzelner Journalisten

Ein weiterer Aspekt ist das ‚journalistische Selbstbild‘, besser gesagt das, was man eine persönlich-berufliche Identität nennen könnte. Man wird wahrscheinlich als Journalist genauso wenig geboren wie als Offizier, Psychologe oder Politiker. Die professionelle Identität verbindet sich gleichwohl wie bei anderen Berufen auch mit den vielfältigen Aspekten der Persönlichkeit, zu der man im Laufe seines Lebens wird. Dazu gehört auch die ganz persönliche professionelle Moral, der persönliche Werthorizont und der persönliche Anspruch an Professionalität. Was macht einen guten Journalisten aus, besonders in seiner Eigenschaft als Kriegsberichterstatte?

Es geht beim Journalismus wahrscheinlich nicht viel anders zu als bei anderen Professionen: Ein „vertretbares Maß“ an Hochstapelei gehört zum Handwerk – wie eine „gesunde“ Selbstüberschätzung auch, man darf sich nur nicht erwischen lassen. Und wer Kunstfehler am besten verbergen kann, gehört zu den ganz besonders Professionellen. Ich sage dies mit einer gewissen Bewunderung, aber auch mit einer gewissen Bitterkeit, weil ich weiß, daß Menschen gegenüber Realität selten eindeutige Gefühle haben. Sie beanspruchen die Polizei, aber sie bewundern auch den cleveren Gesetzesbrecher. Ein Krieg ist kein Picknick. Und so mag den