

Burkhard Röwekamp; Matthias Steinle

Nach dem Golf-/Krieg ist vor dem Golf-/Krieg. Zur Militarisierung der Wahrnehmung in den Massenmedien

2009

<https://doi.org/10.25969/mediarep/2183>

Veröffentlichungsversion / published version
Zeitschriftenartikel / journal article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Röwekamp, Burkhard; Steinle, Matthias: Nach dem Golf-/Krieg ist vor dem Golf-/Krieg. Zur Militarisierung der Wahrnehmung in den Massenmedien. In: *AugenBlick. Marburger Hefte zur Medienwissenschaft*. Heft 44: Nach dem Golf-/Krieg ist vor dem Golf-/Krieg (2009), S. 4-7. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/2183>..

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Nach dem Golf-/Krieg ist vor dem Golf-/Krieg

Zur Militarisierung der Wahrnehmung in den Massenmedien

... nach der Publikation ist vor der Publikation: Als das Projekt zu diesem *Augenblick*-Band reife, dominierte die Kriegsrhetorik der Bush-Administration. Deren regelmäßige Drohungen gegen den Iran erweckten den Eindruck, der nächste Krieg am Golf stehe zumindest mittelbar bevor. Ähnelten doch die politischen und medialen Strategien jenen, mit denen die Weltöffentlichkeit auf die Invasion des Iraks vorbereitet worden war.¹ Seit der Wahl von Barak Obama zum neuen US-Präsidenten scheint sich die Lage ins Gegenteil verkehrt zu haben: In seiner direkten Ansprache vom 20. März an die Führung und Bevölkerung des Irans hat der neue Präsident eine «konstruktive Zusammenarbeit» angeboten, sein Wahlkampfversprechen, sämtliche Truppen aus dem Irak abzuziehen, soll bis Ende 2011 eingelöst werden und generell zeichnet sich die aktuelle US-Außenpolitik durch eine Rückkehr zur Abstimmung mit den internationalen Partnern und eine deutliche Aufwertung der Diplomatie aus.

Ist also nach dem letzten Golfkrieg nicht doch nach den Kriegen am Golf, die mit den Abtritten von Bush Senior und Junior sowie dem als Gegenspieler aufgebauten Saddam Hussein an ein Ende gekommen scheinen? Aus politikwissenschaftlicher Perspektive sind Zweifel angebracht, da die Irakpolitik der Bush-Administration zwar deutlich aggressiver als die der Vorgänger war, aber nicht in einem fundamentalen Gegensatz zur bisher praktizierten imperialen Machtausübung stand.² So war etwa das Ende des zweiten Golfkriegs nicht das Ende der Militärschläge, auch die neu gewählte Regierung Bill Clintons setzte das Regime in Bagdad auf diese Weise unter Druck. Zweifel an der Zukunft Iraks und der brisanten Lage im Nahen Osten lassen den Titel leider nach wie vor aktuell erscheinen, wobei die vorliegende Publikation sich weniger mit realpolitischen Fragen als vielmehr mit den medialen und mentalen Implikationen beschäftigt, die die Bilder des Krieges und der mit ihnen geführte Krieg der Bilder zur Folge haben.

«Uns trennt von gestern kein Abgrund, sondern nur die veränderte Lage.»³ – Was sich für uns bezüglich der Situation in der Golfregion geändert hat, die über lange

1 Siehe das Kapitel 1 «Der angekündigte Krieg» in Herfried Münkler: *Der neue Golfkrieg*. Reinbek bei Hamburg 2003.

2 Ebd. S. 25.

3 Motto am Filmanfang von Alexander Kluges *ABSCHIED VON GESTERN* (1966).

Zeit die Schlagzeilen und Fernsehnachrichten beherrschte, ist das mediale Interesse: Nach dem augenscheinlich vorläufigen Ende des Krieges hat sich der Fokus der modernen Massenmedien verlagert: Afghanistan, Ruanda, Georgien, usw. usf. ...

Der vorliegende Band setzt sich am Beispiel der medialen Phänomenologie des letzten Golfkriegs mit den Austauschbedingungen von medialen und gesellschaftlichen Wahrnehmungspraxen auseinander. Am konkreten Beispiel dieses Krieges geht es zugleich um einen pragmatischen Zugang zur öffentlichen Kriegsbild-Produktion: Welche Interessen werden sichtbar? An welchen gesellschaftlichen Selbstbeschreibungsprozessen partizipieren die Bilder des Golfkriegs? Welche kollektiven Vorstellungsbilder kondensieren am medialen Material? Worauf nehmen sie Bezug? Welchen Einfluss nehmen sie auf Kriegs-Diskurse? Welche Kontinuitäten und welche Brüche werden sichtbar? Welche Formen kritischer Reflexion sind in und neben den Leitmedien möglich? Kurz: Es geht um synchrone und diachrone Analysen medialer Bedeutungsproduktion.

Der Band skizziert das Feld multiperspektivisch und nimmt sowohl Inszenierungsweisen in populären Bildmedien (Fernsehen, Film, Fotografie, neue Medien) als auch ihre Wirkungen in und Interdependenzen mit gesellschaftlichen und kulturellen Prozessen in den Blick. Damit schließt er zugleich an die Tradition der Zeitschrift an: Angesichts der öffentlichen Reaktionen auf den zweiten Golfkrieg fragte bereits 1991 eine *Augenblick*-Publikation nach Bedingungen und Folgen des beobachtbaren «allgegenwärtigen <Medien-Kriegs>, in dem die international vernetzte Medienmacht der westlichen Industriestaaten mit der Wort-, Ton- und Bildregie zugleich informationsstrategische, koordinierende und legitimatorische Funktionen übernahm»⁴ – etwa mit Hilfe von ebenso gespenstisch wie szientistisch wirkenden, grün schimmernden Nachtsichtaufnahmen; von in Raketenköpfen installierten Videokameras und ihren Zerstörungs-Bildern; von Uniformierten, die die Welt ihres (Medien-)Krieges einer irritiert staunenden Öffentlichkeit mit Schautafeln verkauften; und *last but not least* mit Hilfe von mal verstört, mal moralisch siegesgewiss und wenig reflektiert wirkenden Nachrichtensprechern und Kommentatoren in inflationär eingestreuten Nachrichten- und Sondersendungen.⁵ Seither hat sich viel getan, haben die Medien selbst diese Sensation normalisiert, Aufmerksamkeitsschwellen abgesenkt oder besser: Medieninszenierungen des Militärischen zum integralen Bestandteil unserer alltäglichen medialen Wahrnehmungspraxis gemacht, den Krieg so zugleich anästhesiert und salonfähig gemacht. Gleichzeitig sind mit arabischen Nachrichtensendern neue Akteure aufgetreten, die andere Bilder – vor allem der Opfer – und andere Perspektiven und Deutungsinstanzen – der <arabischen Welt>

4 Jürgen Felix, Peter Zimmermann: «Vorwort.» In: Dies. (Hg.), *Augenblick: Medien-Krieg. Zur Berichterstattung über die Golfkrise*. Nr. 11, Marburg 1991, S. 4–6, S. 4.

5 Siehe Heinz-B. Heller: «Wir warten auf die Bilder ... Beobachtungen und Anmerkungen zur Irakkriegsberichterstattung 2003.» In: Heinz-Peter Preußner (Hg.): *Krieg in den Medien*. Amsterdam, New York 2005, S. 227–240, S. 237.

– einer globalisierten Berichterstattung hinzugefügt haben.⁶ Der erweiterte Bilderhaushalt führte auch dazu, dass die Medienmaschine erneut geschmiert wurde und sich nicht, wie noch im zweiten Golfkrieg, Frustration breit machte. Mit dem dritten Golfkrieg passte Krieg erneut gut ins Portfolio der Massenmedien. In welchem Stadium also, so die Ausgangsfrage dieser Publikation, befindet sich die Militarisierung der öffentlichen Wahrnehmung? Analyse und Kritik des Mediengebrauchs mit Blick auf den Golfkrieg sollen darüber aus interdisziplinärer Perspektive Auskunft geben.

Nach dem Krieg ist vor dem Krieg und gerade die Realität der neuen, asymmetrischen Kriege belegt, dass die Grenzen fließend sind und eine eindeutige Definition problematisch ist, wie Peter Riedel in seinem Beitrag zeigt. Er verweist auf die «neuen Kriege», die eigentlich auch alte sind. Im Anschluss an Denkmodelle von Foucault und Deleuze/Guattari wird der Krieg im Innern der Gesellschaft situiert. Dabei geht es nicht darum, die Grenzen zwischen Demokratie und Diktatur zu verwischen. Peter Riedels Ansatz zielt auf die Frage medialer Erkenntnismöglichkeiten und deren Blockierung durch eng gesetzte Genre Grenzen. Allein mit dem «Kriegsfilm», so die These, wird man den Krieg in seinen vielfältigen Formen und Aggregatzuständen nicht nur nicht verstehen können, sondern entscheidende Aspekte missverstehen.

Dennoch hat sich zumindest in der Wahrnehmungspraxis des Kriegsfilms gezeigt, dass Filme des herkömmlichen Typs – also diejenigen, die historische Kriege unmittelbar an der inhaltlichen Oberfläche thematisiert haben – zu allen Zeiten immer auch als Kommentare der gegenwärtigen Lage verstehbar waren. Eine solche symptomatische Lesart des ironisch-nachdenklichen «Anti-Kriegsfilms»⁷ JARHEAD schlägt Jörn Glasenapp im Rekurs auf die kriegskritische Satire M*A*S*H vor.

Die Bilder nach diesen dramatischen Ereignissen zeichnen sich weniger durch einschlägige «Schlüsselbilder»⁸ aus, als vielmehr durch sich motivisch ähnelnde Aufnahmen von Autobomben- und Selbstmordattentaten. Inhaltlich austauschbar zeigen sie ausgebrannte Autowracks, verwüstete Gebäude, hektisch agierende Sanitäter, verstörte Passanten, verzweifelte Angehörige sowie Blutlachen auf sandigem Boden. Ähnlich wie die Nachrichten von Wirbelstürmen, Erdbeben und Überschwemmungen haben sie ihren festen Platz im Mittelteil der Auslandsberichterstattung und erscheinen als eine Art zyklisch wiederkehrende Naturkatastrophen. Dieser Abstumpfung der Bilder im Fernsehen und Internet setzt das Kino seine Bilder und vor allem Narrationen entgegen, die komplexe, Strategien medialer Reflexi-

6 Abdo Jamil Al-Mikhlaflay: *Al-Jazeera: ein regionaler Spieler und globaler Herausforderer ; eine Studie über ein arabisches Medium, das Geschichte gemacht hat*. Marburg 2006. Benedikt Strunz, Ingeborg Villinger: «Heckenschütze im Informationskrieg? Zur Rolle Al-Jazeeras im Irakkrieg von 2003.» In: Barbara Korte, Horst Tonn (Hg.): *Kriegskorrespondenten. Deutungsinstanzen in der Mediengesellschaft*. Wiesbaden 2007 S. 155–180.

7 Dennis Conrad, Burkhard Röwekamp: «Krieg ohne Krieg: Zur Dramatik der Ereignislosigkeit in JARHEAD.» In: Heinz-B. Heller, Burkhard Röwekamp, Matthias Steinle (Hg.): *All Quiet on the Genre Front? Zur Praxis und Theorie des Kriegsfilms*. Marburg 2007, S. 194–207, S. 206.

8 Peter Ludes: *Multimedia und Multi-Moderne: Schlüsselbilder. Fernsichtnachrichten und World Wide Web – Medienzivilisierung in der europäischen Währungsunion*. Wiesbaden 2001.

on entwickeln und so im Unterschied zu den Nachbarmedien Positionen erkennbar machen, wie Heinz-B. Heller am Beispiel der beiden Filme *BATTLE FOR HADITHA* und *REDACTED* aus dem Jahr 2007 demonstriert.

Auch der Dokumentarfilmer Harun Farocki hat mit Blick auf Wahrnehmungsbedingungen des Krieges immer wieder dezidiert kritische Positionen bezogen. Sonja Czekaĵ erläutert anhand von Farockis *ERKENNEN UND VERFOLGEN* wahrnehmungsästhetische Strategien einer ästhetischen Opposition, die den Golfkrieg weniger inhaltlich thematisiert, sondern vielmehr den Versuch darstellt, unmittelbar in dessen öffentlich-mediale Wahrnehmungspraxis einzugreifen.

Die Fotografien gefolterter Häftlinge im Gefängnis von Abu Ghureib bedeuten nicht nur schockhafte Eingriffe in die bildliche Wahrnehmungspraxis des Golfkrieges, sondern provozierten zugleich einen vor allem im bundesdeutschen Feuilleton ausgetragenen Disput über Möglichkeiten und Grenzen ihrer Deutbarkeit. Ausgehend von einer Rekonstruktion des öffentlichen Umgangs mit den Fotografien aus Abu Ghureib bietet Jörg Probsts Reflexion der bildlich ebenso inszenierten wie dokumentierten Grausamkeiten überraschende Einsichten in Möglichkeiten des Bildvergleichs als Form der Medienkritik.

Nachdem der Irak längere Zeit die Medienberichterstattung beherrschte, ist er inzwischen in weite Ferne gerückt und das nicht erst seit dem Regierungsantritt des neuen US-Präsidenten. Das ‹offizielle Ende› verkündete US-Präsident Bush ja bereits auf dem Flugzeugträger Abraham Lincoln am 2. Mai 2003 in einer hollywoodesken Inszenierung, die dem heldischen Kriegsfliegerstück *TOP GUN* (1986) zur Ehre gereicht hätte. Andreas Dörner analysiert diese vor dem historischen Hintergrund der Inszenierung US-amerikanischer Präsidenten im Hollywoodkino. Am aktuellen Beispiel demonstriert er den Nutzen-Effekt einer an die Populärkultur anschließenden, symbolträchtigen Selbstinszenierung – die sich unversehens als Kosten-Faktor gegen die Urheber richten kann, sofern die Fakten nicht auf der Höhe der Inszenierung sind und diese als Politpropaganda sichtbar wird.

Die Ambivalenz gesteuerter Bildpropaganda untersucht auch Monika Weiß am Beispiel der Symbolbilder vom Tyrannensturz, die zur Kommunikation des Endes der Herrschaft von Saddam Hussein von den USA produziert und in Umlauf gebracht wurden: Bilder der Einnahme des Palastes, vom Sturz der Statue des Diktators und von dessen Festnahme sind zu Schlüsselbildern geronnen, die in Konkurrenz zu den Bildern aus Abu Ghuraib stehen.

Allen Autorinnen und Autoren herzlichen Dank für ihre Beiträge.