

24. März 2003

medien heft

Kampf der Bilder

Der Irak-Krieg in den Kanälen der Fernsehsender

Charles Martig

Welche Bilder es über den Irak-Krieg in den Medien gibt, bestimmen die Kriegsparteien. Entscheidend ist dabei, welche Bilder welcher Opfer in die Medienöffentlichkeit eindringen, wie sie diese besetzen und die öffentliche Meinung beeinflussen. Der Kampf der Bilder hat begonnen. Es geht dabei nicht primär um Information, sondern um symbolische Repräsentation. Wie werden Täter und Opfer in diesem Krieg dargestellt und wer wird den Kampf um die Bilder gewinnen? Das Dilemma der Kriegsberichterstattung zeigt sich sowohl an den "eingebetteten" Journalisten als auch in der Darstellung von Opfern und Gefangenen.

Der Sender Al Jazira zeigt Bilder von Verletzten und Toten auf irakischer Seite (www.aljazeera.net). Es sind Bilder in Nah- und Halbnahinstellung der ersten Opfer in der Zivilbevölkerung. Darunter befinden sich verstümmelte Leichen von Kindern mit aufgerissenem Schädeldach, tote Männer in ziviler Kleidung und in Wolldecken eingewickelt, weinende Kinder im Hospital. Hier sind die Bilder der Opfer, die in der ersten Angriffswelle im Irak von den US-amerikanischen Streitkräften verursacht wurden, doch sind diese auf westlichen Fernsehstationen nicht zu sehen. Auf ARD und ZDF, im Schweizer Fernsehen und auf CNN dominiert die Totale auf die Stadt Bagdad. In sicherer Distanz wird hier beobachtet, Bombenexplosionen blitzen, Rauchschwaden steigen auf. Erste Bilder von Soldaten, die im Krieg gefallen sind, werden nur ausschnittsweise gezeigt. Hier dominiert die beobachtende Einstellung in der Halbtotale. Die Restriktionen des irakischen Regimes und der journalistische Kodex verwehren die Darstellung der zivilen Opfer in der Direktheit und Unmittelbarkeit, wie sie die Al Jazira als Strategie gewählt hat. Der arabische Sender befindet sich dabei auf einer schwierigen Gratwanderung: Wie weit wird er vom irakischen Regime instrumentalisiert? Wie weit ist es legitim, Bilder von den Opfern offen zu verbreiten? Zwischen Propaganda und Informationspflicht hat sich Al Jazira für eine parteiiche Berichterstattung entschieden, die versucht, die Fallen der militärischen Propaganda zu umgehen.

Impressum

Medienheft (vormals ZOOM K&M), ISSN 1424-4594,

Herausgeber: Katholischer Mediendienst, Reformierte Medien,

Redaktion: Judith Arnold, Charles Martig, Urs Meier,

Adresse: Medienheft, Bederstrasse 76, Postfach 147, CH-8027 Zürich, Telefon: ++41 (0)1 204 17 70, Fax: ++41 (0)1 202 49 33,

E-Mail: redaktion@medienheft.ch, Internet: www.medienheft.ch; kostenloser Bezug via Internet oder Mailinglist; Bezug der Medienheft Dossiers (ca. zwei Ausgaben pro Jahr) im Abonnement inkl. Versand und exkl. MwSt. SFr. 30.– (Ausland SFr. 35.–)

Bilder der Gefangenen – gefangene Bilder

Am Sonntag, 23. März 2003, werden auf Al Jazira erstmals Bilder von amerikanischen Kriegsgefangenen gezeigt, verstörte und verängstigte Mitglieder der Streitkräfte, die kurz ihren Namen und ihren Herkunftsort nennen. Die scharfe Reaktion der US-Administration auf diese Bilder ist geradezu paradox. Nach dem Abbrechen des politischen Prozesses in der UNO und der Eröffnung des – aus völkerrechtlicher Sicht – illegitimen Krieges, beharrt Präsident Bush auf das Völkerrecht und die menschliche Behandlung der Gefangenen. Nach Artikel 13 der Kriegsgefangenenkonvention dürfen diese nicht öffentlich zur Schau gestellt werden. Die Forderung der USA ist also rechtlich abgestützt. Dennoch wirkt sie in der Medienöffentlichkeit als unangemessen. Der Diskurs der Bilder nimmt hier eine vollständig andere Richtung und lässt den Rekurs auf das Völkerrecht hinter sich. Der Kampf der Bilder ist ein Kampf um die Legitimation des Krieges. Diese basiert nicht mehr primär auf der Rhetorik des Wortes, sondern auf jener der visuellen Repräsentanz. Der Umgang mit der öffentlichen Vorführung von Kriegsgefangenen deckt deshalb auch einen Widerspruch auf. Al Jazira berichtet aus der Perspektive des arabischen Kulturkreises über den Krieg und nutzt die emotionalisierende Wirkung der Gefangenenbilder. Sie sind – von ihrer Funktion her gesehen – "scoop", Propaganda und parteiliche Berichterstattung: Der "scoop", der dem Sender Einschaltquoten bringt, gehört zur Eigengesetzlichkeit des Mediensystems. Die arabischen Journalistinnen und Journalisten waren die ersten, die diese Bilder beschaffen konnten. Sie sind aber auch Teil der militärischen Propaganda, die den irakischen Präsidenten unterstützt. Die Bilder sind darüber hinaus parteiliche Berichterstattung, die im Kontext der Dominanz westlicher Medien durchaus legitim erscheint.

Es gibt einen grundlegenden Widerspruch in der Kriegsberichterstattung: Medien, die die Bilder des Krieges zeigen, sind Teil der militärischen Auseinandersetzung. Sie sind in den Diskurs der Gewalt eingebunden. Die Bilder werden im globalen Mediensystem weitergegeben und erzeugen Schockwellen. Sie sind Teil des Kampfes um Bilder. Bewusster Verzicht auf bestimmte Bilder – wie die Darstellung von Kriegsgefangenen auf amerikanischen Sendern – sind einerseits ein Zugeständnis an die Kriegspropaganda, eine freiwillige Unterwerfung unter die militärische Kontrolle. Andererseits hinterlassen sie Leerstellen. Ein Teil des Bildes fehlt dem amerikanischen Publikum: In Zeiten des Krieges ist die amerikanische Gesellschaft nicht mehr offen und demokratisch, sondern direktiv und hierarchisch organisiert. Und so erscheint eine Dialektik des Bilderkrieges: Wer sich beteiligt ist ein Teil des Krieges, wer sich nicht beteiligt ist wiederum ein Teil der Kriegspropaganda, die die Realität der Opfer verschleiert und damit gegen die eigenen Ideale informativer, offener und transparenter Berichterstattung verstößt.

Am deutlichsten ist dieses Dilemma wohl bei den 600 Reportern und Reporterinnen festzustellen, die als "eingebettete" Journalisten an der Kriegsfront sind. Zensur gibt es für diese Berichterstattung keine, doch sind Mitteilungen über Truppenstärke und taktische Bewegungen nicht erlaubt. Bilder von toten Soldaten sind tabu. Unter diesen Rahmenbedingungen ist eine objektive Berichterstattung nicht möglich. Sie ist bereits in eine bestimmte Perspektive eingepasst: Diese determiniert den Blick und schließt bestimmte Bilder des Krieges aus. Der Informationswert der Bilder von fahrenden Panzern und einschlagenden Granaten tendiert so gegen einen Nullpunkt der Information: Bilder die nicht mit einem Kontext versehen werden, die nicht geographisch und zeitlich verortet sind, verlieren ihre Bedeutung. Sie sind auswechselbare Illustrationen eines Krieges. Es ist nachvollziehbar, dass sich SFDRS bewusst nicht um einen Platz bei den

medien heft

"eingebetteten" Journalisten beworben hat. Es ist auch gut begründbar, wieso ein deutscher Privatsender wie RTL auf die Ausstrahlung von Bildern mit toten US-Soldaten verzichtet. Es ist darin kaum ein Informationswert zu finden, solange keine präzisen Angaben über die Kriegsgeschehnisse vorliegen.

Hier haben die europäischen Nachrichten-Redaktionen wohl aus dem ersten Golfkrieg und aus dem Balkankrieg gelernt. Zurückhaltung in der Verwendung von Kriegsbildern ist demnach angesagt, wo die Wirkung deutlich in die Nähe der militärischen Propaganda kommt. Zurückhaltung ist auch angebracht bei Bildsequenzen, die nicht klar eingeordnet werden können, denn Bilder ohne Informationskontext sind reine Illustrationen, die sich nach der Logik des Bilderkampfes bewegen. Sie sind instrumentalisierbar und je nach Strategie einsetzbar. Für die Beurteilung der Bilder gilt jedoch auch das Kriterium, aus welcher Perspektive diese gezeigt werden. Unabhängige Information aus arabischer Sicht, die auf einem kritischen Journalismus beruht, ist von grosser Bedeutung. Deshalb ist auch die Veröffentlichung von Bildern auf Al Jazira in Abgrenzung zu CNN oder NBC zu bewerten.

Zeichen gegen Kriegspropaganda setzen

Journalisten und Journalistinnen im deutschsprachigen Raum sind sich der Widersprüche im Bilderkampf bewusst und haben sich im Hinblick auf die Medienberichterstattung auf der Plattform www.journalismus.com/irak organisiert. Es handelt sich um eine Kooperation der Rechercheportale jourweb.com und journalismus.com. Eine ausführliche und ständig aktualisierte Linksammlung zum Irak-Krieg wird ergänzt mit einer Audio- und Videothek, einer Sammlung von wichtigen Hintergrundtexten und einem Diskussionsforum.

Ebenso entscheidend wie der Zugang zu Information ist das Wissen um Desinformation. Das "Zentrum für Medien und Demokratie", eine NGO in den USA, hat vor, auf der Plattform www.disinfopedia.org, eine "Enzyklopädie der Propaganda" zu erstellen. Darin sollen Irreführungen und Falschmeldungen der US-Regierung vom Irak-Krieg gesammelt werden.

Mit einer Aktion von "verdunkelten Webseiten" dokumentieren fast 200 Journalistenseiten ihre Ablehnung gegenüber dem Irak-Krieg. "Manche Journalisten färben ihre Webseiten schwarz, andere lassen einen Teil ihrer Webseite leer oder platzieren Anti-kriegsbanner", sagte Birgit Schiessl von der Agentur ad publica Public Relations. Darunter sind bekannte Journalistenportale wie www.newsroom.de, www.pressguide.de, www.auslandreporter.de und die Rechercheplattform www.jourweb.com. Auch Ausbildungsstätten sowie Printmedien und Radiosender haben sich der Aktion angeschlossen. "Wir sind uns sehr wohl bewusst, dass es üblicherweise nicht Aufgabe von Journalisten ist, ausserhalb der Berichterstattung Stellung zu beziehen. Wir meinen aber, dass die gegenwärtige Ausnahme-Situation eine Geste der persönlichen Betroffenheit erlaubt", sagt Peter Diesler vom Internetportal journalismus.com, der diese Idee initiierte und zusammen mit dem Journalistenangebot pickings.de koordiniert.

Charles Martig ist Medienwissenschaftler, Filmpublizist und Geschäftsführer Katholischer Mediendienst

medien heft

Links:

Al Jazira (arabisch)

<http://www.aljazeera.net>

(englisch)

<http://www.cursor.org/aljazeera.htm>

Fotos von Opfern:

<http://www.aljazeera.net/news/arabic/2003/3/3-22-26.htm>

CNN:

<http://www.cnn.com>

newsroom.de:

<http://www.newsroom.de>

pressguide.de:

<http://www.pressguide.de>

auslandreport.de

<http://www.auslandreporter.de>

journalismus.com:

<http://www.journalismus.com/irak>

Aktion verdunkelte Websites:

<http://www.journalismus.com/jcom/presse/20030319.html>

Martig, Charles (2003): Bilderstreit. Das zweifelnde Auge. In: Medienheft, 3. März 2003:

http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k19_MartigCharles_2.html

Haller, Michael (2002): Der Journalismus im Medientheater. Spieler oder Spielball im Newsmanagement? In: Medienheft, 2. April 2002:

http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k18_HallerMichael.html

Kaufmann, Christoph / Stalder, Fabienne (2002): In den Tod stürzende Menschen. Dürfen solche Bilder ausgestrahlt werden? In: Medienheft, 2. April 2002:

http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k18_KaufmannStalder.html

Heeg, Dietmar (2001): Auge um Auge, Zahn um Zahn. In: Medienheft, 19. Dezember 2001:

http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k17_HeegDietmar.html

Everschor, Franz (2001): Bilder wie im Kino. In: Medienheft, 20. September 2001:

http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k16_EverschorFranz_2.html

Kriest, Ulrich (2001): 96 Stunden TV. In: Medienheft, 20. September 2001:

http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k16_KriestUlrich.html

Martig, Charles (2001): Mediale Gewalt in neuem Licht. In: Medienheft, 20. September 2001:

http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k16_MartigCharles_4.html

Der Text mit verlinkten Quellen befindet sich im Internet unter:

http://www.medienheft.ch/kritik/bibliothek/k19_MartigCharles_3.html