



universität
wien

DIPLOMARBEIT

Titel der Diplomarbeit

„Die Bilderpolitik des Irakkrieges in den Videoportalen
des Web 2.0“

Verfasserin

Romana Schatzl, Bakk. phil. BA

angestrebter akademischer Grad

Magistra der Philosophie (Mag.phil.)

Wien, 2011

Studienkennzahl lt. Studienblatt:

A 317

Studienrichtung lt. Studienblatt:

Theater-, Film- und Medienwissenschaft

Betreuer:

Univ.-Prof. Dr. Ramón Reichert

Ehrenwörtliche Erklärung

Ich erkläre ehrenwörtlich, dass ich die vorliegende Arbeit selbständig und ohne fremde Hilfe verfasst, andere als die angegebenen Quellen nicht benutzt und die den Quellen wörtlich oder inhaltlich entnommenen Stellen als solche kenntlich gemacht habe. Die Arbeit wurde bisher in gleicher oder ähnlicher Form an keiner anderen Universität eingereicht und auch noch nicht veröffentlicht. Die vorliegende Fassung entspricht der eingereichten elektronischen Version.

Datum: 10. Jänner 2012

Unterschrift:

INHALTSVERZEICHNIS

VORWORT	7
1. BILDMANIPULATION IM HISTORISCHEN KONTEXT	13
1.1. Ursprünge der Bildmanipulation im amerikanischen Sezessionskrieg	13
1.2. Vietnam, das Fernsehen und die Illusion eines unzensierten Krieges	15
1.2.1. Die Bilder My Lais	19
1.3. Der Zweite Golfkrieg	20
1.3.1. Der Zweite Golfkrieg als Vorzeigemodell medialer Zensur	22
2. DIE MEDIALITÄT DES IRAKKRIEGES	25
2.1. Der Symbolismus der Anschläge des 11. September	25
2.1.1. Die Ikonisierung der Terrorbilder	27
2.1.2. Die mediale Inszenierung der Anschläge	29
2.2. Die Terrorbilder als militärische und mediale Propagandainstrumente	31
2.2.1. Mediale Desinformation vor dem Irakkrieg oder Die „Powell-Point-Präsentation“	33
2.3. Der Irakkrieg als mediales Actionspektakel	34
2.3.1. Der Inszenierungscharakter des Krieges oder Der Krieg als Medienereignis	36
2.3.2. Der Krieg der Symbole	37
2.4. Mediale Desinformation und Propagandamechanismen der amerikanischen TV-Sender	38
2.4.1. Embedded Journalists	40
2.5. Kontroversen der US-amerikanischen Meinungs- und Pressefreiheit	42
2.6. Im Zeichen der Objektivität – Die Berichterstattung Al-Jazeeras	43
2.7. Krieg, Medien und Entertainment	45
2.7.1. Infotainment	45
2.7.2. Militainment	45
3. KRIEG UND INTERNET	49
3.1. Kriegsberichterstattung bzw. -kommunikation im Internet	49
3.1.1. Geschichte und Entwicklung	51
3.1.2. Multimediale vs. mediale Berichterstattung	51
3.2. Internet in Kriegszeiten als Gegenpol zur Propaganda	54
3.2.1. Das Internet als Antwort auf mediale Zensur	56
3.2.1.1. Zensur – eine kurze Definition	56
3.2.1.2. Das Internet als unzensierbares Medium	56
3.2.1.3. Das Internet und Demokratie	58
3.3. Das Phänomen (We)Blogs	59
3.3.1. Versuch einer Definition von Weblog	60
3.3.2. Bloggen in Kriegszeiten	61
3.3.3. Warblogs – eine Definition	63
3.3.4. Divergenz der Warblogs zur medialen Kriegsberichterstattung	63
3.3.4.1. Salam Pax' Warblog als Vorzeigemodell realitätsgetreuer Kriegsberichterstattung	64

3.4. Videoplattformen und ihre kommunikative Rollenzuschreibung	65
3.4.1. Definition von Videoplattformen	65
3.4.2. YouTube	67
3.4.2.1. Der YouTube Effect	68
3.4.3. Beispiele anderer Videoplattformen	69
3.4.4. Videoplattformen der US-Regierung	70
4. DIE INSTRUMENTALISIERUNG DER VIDEOPORTALE	73
4.1. Videoportale der US-Regierung	74
4.1.1. Methodik	74
4.1.2. MNFIRAQ – Die YouTube-Seite des Pentagon	74
4.1.2.1. Videobeiträge von Kampfeinsätzen	77
4.1.2.2. Videobeiträge von US-Soldaten und der irakischen Bevölkerung	80
4.1.2.3. Videos von interessantem, Aufmerksamkeit erregendem Videomaterial	84
4.1.3. Instrumente der Propaganda	85
4.1.3.1. Untersuchung auf Bildästhetik und Informationsgehalt	87
4.1.3.2. Über die Darstellung von Imagepolitik, Zensur und Realität	89
4.1.3.3. Noopolitik und Public Diplomacy	89
4.1.4. Trooptube.com	91
4.2. Selbstinszenierung der US-Soldaten	93
4.2.1. Methodik	94
4.2.2. YouTube	94
4.2.2.1. Bildcollagen	95
4.2.2.2. Cockpitaufnahmen	99
4.2.2.3. Videos von Kampfhandlungen	101
4.2.2.4. Videos von US-Militärs und irakischen Zivilisten	101
4.2.2.5. Funvideos	102
4.2.2.6. Videobeiträge im MTV-Stil	103
4.2.2.7. Participatory Culture vs. Confessional Culture	106
4.2.3. NowThatsFuckedUp.com	107
4.2.3.1. Gewaltbilder als Unterhaltungsfaktor	109
4.2.4. War Porn	110
4.3. Der Krieg aus Sicht der irakischen Bevölkerung	114
4.3.1. AliveInBaghdad.org	114
RÉSUMÉ	117
BIBLIOGRAPHIE	123
Internetartikel	128
Zeitschriftenartikel	131
Videobeiträge	131
ABBILDUNGSVERZEICHNIS	133
ABSTRACT	135
LEBENS LAUF	137

Vorwort

„Das erste Opfer des Krieges ist die Wahrheit“ – so ein berühmtes Zitat des griechischen Dichter Aischylos, das im Laufe dieser Arbeit noch öfter Verwendung finden wird. Dieses Zitat ist es auch, worauf sich die Grundidee der vorliegenden Diplomarbeit stützt: Es soll die Frage aufgeworfen und diskutiert werden, inwiefern auf einen so wichtigen Aspekt wie die Wahrheit in der massenmedialen Kriegsberichterstattung Rücksicht genommen wird, und inwiefern die zunehmend populärer werdenden Neuen Medien wie zum Beispiel Videoportale bei einer realitätsgetreuen Dokumentation des Krieges dazu beitragen, mittels realistischer und unverfälschter Bilddokumentation ein „wahres“ Gesicht vom Krieg zu übermitteln.

Die Geschichte der Kriegsberichterstattung reicht bereits über mehrere Jahrhunderte zurück, wobei der Krimkrieg als der erste gilt, bei dem Kriegsreporter zum Einsatz kamen, um der Zivilbevölkerung den Kriegsverlauf zu dokumentieren.¹ Der Krimkrieg gilt auch als der erste Krieg, der fotografisch festgehalten wurde, dessen Abbildungen jedoch in der Berichterstattung selbst nur wenig Einfluss hatten.² Erst Mitte des 19. Jahrhunderts, während des Amerikanischen Bürgerkrieges, wurde der Kriegsfotografie ihre heutige Bedeutung zugeschrieben und wandelte sich zum dokumentierenden Element. In der Folge stützten sich die damaligen Printmedien nicht mehr lediglich auf die mündlichen Überlieferungen ihrer Journalisten aus dem Kriegsgebiet, sondern zogen zunehmend Kriegsfotografien heran, um dem Publikum eine möglichst realitätsgetreue Abbildung vom Krieg zu vermitteln. Wie sich jedoch später herausstellen sollte, entsprachen diese Bilder nicht immer der Realität. Bereits damals wurde auf inszenierte Bilder zurückgegriffen, falls die Realität nicht genug Unterhaltung zu bieten hatte. Um es mit einem heute gängigen und modernen Begriff auszudrücken: Bereits während des Sezessionskrieges kam es zu einer Art Entertainisierung des Krieges. Die Geschichte der Kriegsberichterstattung ist durchzogen von diesem Inszenierungstrend, wobei dies in Folge der Technologisierung der Medien immer extremere Ausmaße annahm.

Einen aktuellen Ausgangspunkt für diesen Inszenierungscharakter von Ereignissen und Nachrichten boten die Terroranschläge des 11. September 2001 in New York und Washington. Der Schrecken der Anschläge verlor relativ bald seine Intensität und wich den Bildern einer medialen Inszenierungskampagne. Trotz der zahlreichen Opfer der Anschläge blieben diese weitestgehend ungenannt und gesichtslos. Im Mittelpunkt der Berichterstattungen, wie im zweiten Kapitel noch näher ausgeführt wird, stand vielmehr die Symbolhaftigkeit der Anschläge, die das Image der USA als DIE westliche Supermacht

¹ vgl. Knightley, Phillip. *The First Casualty. The War Correspondent as Hero, Propagandist, and Myth Maker from the Crimea to Vietnam*. London: Deutsch 1975, S. 4

² vgl. Paul, Gerhard. *Bilder des Krieges – Krieg der Bilder. Die Visualisierung des modernen Krieges*. Paderborn (u.a.): Fink 2004, S. 61

beträchtlich in Mitleidenschaft zogen. Mit einem Schlag wurde der westlichen Zivilisation vermittelt, dass die hier zelebrierten Werte nicht überall auf die gleiche Lobpreisung stießen. Vielmehr machten sich die Terroristen diesen Umstand zunutze, als sie die zu Waffen umfunktionalisierten Passagierflugzeuge zur besten Sendezeit an einem sonnigen Dienstagmorgen in die Türme des World Trade Centers steuerten. Die Repräsentanten des westlichen Wohlstandes wurden an diesem Tag in die Knie gezwungen und mit ihnen ein Stückchen so genannten Amerikanismus. Doch die Amerikaner verloren an diesem schicksalhaften Tag nicht den Glauben an sich und ihre Nation, vielmehr wurden sie einerseits in ihrem Zusammengehörigkeitsgefühl und ihrem Patriotismus noch mehr gestärkt. Mithilfe der Medien vermochte es die US-Regierung jedoch andererseits, die Bevölkerung durch das ständige Wiederholen der Terrorbilder und gezielte Angstmache dermaßen zu verunsichern, dass für diese das Ausbleiben eines militärischen Gegenschlages beinahe unvorstellbar war. Es erfolgte eine ritualisierte Traumatisierung der Gesellschaft.³

In Folge der Terroranschläge kam es zu einer kontinuierlichen Instrumentalisierung der Terrorbilder als mobilisierende Faktoren, um den Krieg in Afghanistan und später im Irak zu rechtfertigen. Hierbei trat jedoch das Ereignis des 11. September in den Hintergrund und die Bilder wurden in einer Art und Weise inszeniert und dekontextualisiert, dass am Ende größtenteils verdrehte Fakten und Wahrheiten und Angstbilder in den Köpfen der Bevölkerung übrig blieben. Die Bilder der Anschläge stellten somit bereits im Vorfeld der Kriege ein Instrument der Kriegsführung dar.

Die aus den Anschlägen resultierenden Kriege in Afghanistan und im Irak waren die Bilanz einer peniblen und teilweise umstrittenen Propagandamaschinerie im Vorfeld der Kriege. War der von Präsident Bush definierte „War on Terror“ anfangs gegen die Drahtzieher der Terroranschläge in Afghanistan gerichtet, so wurde dieser schon bald auf den benachbarten Irak ausgeweitet. Obwohl der US-Regierung damals bereits bewusst war, dass Saddam Husseins Regime im Irak nichts mit den Anschlägen des 11. September zu tun hatte, wussten die Medien diesen Umstand dennoch so gezielt zu vertuschen, dass zu Beginn des Konflikts im Irak beinahe 70 %⁴ der amerikanischen Bevölkerung von der Involviertheit Saddam Husseins in die Terroranschläge überzeugt waren. Wie im zweiten Kapitel dieser Arbeit noch näher ausgeführt wird, spielte hierbei speziell das Fernsehen eine signifikante Rolle.

Aufgrund der ständigen Präsenz der Medien vor Ort, können Kriege seit jeher als Medienkriege bezeichnet werden. Ungleich früherer militärischer Konflikte, hat sich das Feld der Kriegskorrespondenten allerdings aufgrund der zunehmenden Technologisierung des Alltags durch Videohandys und Camcorder um einen wesentlichen Aspekt erweitert – den

³ vgl. Breihaupt, Fritz. *Rituals of Trauma: How the Media Fabricated September 11* In: Chermak, Steven et al. (Hg.) *Media Representations of September 11*. Westport, Conn. (u.a.): Praeger 2003, S. 67-81

⁴ vgl. Snow, Nancy/Taylor, Philip M. *The Revival of the Propaganda State. US Propaganda at Home and Abroad since 9/11*, <http://ics.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/2751/389.pdf>, Stand: 26.10.2011, S. 391

citizen journalist.⁵ Beispiele dieser *citizen journalists* sind zum einen Einwohner eines Krisengebietes, die sich während Kriegszeiten im Krisengebiet aufhalten und meist via Internet über die dortige Situation berichten. Beispiele hierfür wären *Weblogs*, oder in diesem Fall *War-* oder *Milblogs*, die im dritten Kapitel noch detaillierter behandelt werden. Die Öffentlichkeit erhält so die Möglichkeit, ein von den Medien größtenteils unbeeinflusstes Bild über die Lage im Krisengebiet zu erhalten. Ein weiterer Reiz besteht darin, dass in Blogs Sichtweisen des Krieges behandelt werden, die von den Medien meist ausgeblendet bleiben.

Ein weiteres Beispiel für *citizen journalists* stellen außerdem Soldaten dar, die sich aus dem Kriegsgebiet via Blogs oder Videoplattformen mitteilen. Dieser Aspekt ist für die vorliegende Arbeit von besonderer Bedeutung, da die US-Regierung vier Jahre nach der Invasion des Iraks die potentiellen Risiken des Mediums Internet erkannte, und den Soldaten der Zugang zu öffentlichen Videoplattformen wie *YouTube* oder *MySpace* verboten oder beschränkt wurde.⁶ Offiziell handelte die US-Regierung aus Angst um die nationale Sicherheit, wie allerdings die Analyse des von den Soldaten publizierten Bildmaterials vermuten lässt, fürchtete das US-Militär eher um seinen guten Ruf. Denn entgegen der Medienbilder, die strikt versuchten der Öffentlichkeit einen reingewaschenen Krieg ohne Opfer zu verkaufen, stellten die Soldaten ein vollkommen konträres Bild des Irakkrieges dar. Wie der empirische Teil der vorliegenden Arbeit zeigen wird, stimmen die Videos der US-Soldaten nur bedingt mit den medial inszenierten TV-Bildern überein. Auch das propagierte Heldenbild der amerikanischen Soldaten als Befreier des jahrzehntelang unterdrückten irakischen Volkes entspricht nur begrenzt der Wahrheit.

In den letzten Jahrzehnten hat sich, wie bereits angesprochen, die mediale Berichterstattung der Kriege stark in Richtung Entertainisierung entwickelt. Noch während des Zweiten Golfkrieges Anfang der 1990er Jahre wurde die Berichterstattung stark zensuriert, so dass der Öffentlichkeit nur eingeschränkt Informationen von der Front vermittelt wurden, und diese auch nur einschlägig vom TV-Sender CNN. Während des „War on Terror“ in Afghanistan und dem anschließenden Krieg im Irak, machte sich allerdings bereits eine Trendwende bemerkbar. Der Krieg wurde mittels diverser Maßnahmen dermaßen entertainisiert, dass nur mehr wenig Informationswert über das eigentliche Ereignis Krieg zurückblieb. Waren es in Afghanistan aufgrund des eingeschränkten Zuganges zur Front noch Fernsehserien über die Soldaten, übernahmen den Part der Inszenierung im Irak die *embedded journalists*. Im aktuellen Irakkrieges stellten sie ein beliebtes Mittel dar, um der Öffentlichkeit weiszumachen, sie sähe eine objektive Berichterstattung live von der Front. Im Grunde stimmte diese Annahme sogar, allerdings

⁵ Im Gegensatz zu professionellen Journalisten, sind *citizen journalists* Mitglieder der Gesellschaft die es sich zur Aufgabe gemacht haben, mittels eigener und individueller Berichterstattung ein anderes Licht auf die sonst von den Massenmedien beeinflusste Nachrichtenwelt zu werfen, siehe hierzu Bowman, Shayne/Willis, Chris. *We the Media. How Audiences Are Shaping The Future Of News And Information*. http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf, Stand: 29.12.2011

⁶ vgl. Weinberger, Sharon, *No More YouTube, MySpace for U.S. Troops*, http://www.wired.com/dangerroom/2007/05/no_youtube_mysp/, Stand: 13.11.2011

waren die *embedded journalists* in ihrer Berichterstattung dermaßen von diversen Richtlinien eingeschränkt, dass „objektiv“ hier wohl der falsche Ausdruck ist.

Betrachtet man nun diesen stetig populärer werdenden Trend hin zur Nullinformationspolitik in Krisenzeiten, scheint das Internet den einzigen Ausweg aus dieser Misere darzustellen. Das Medium gilt für viele als unzensurierbar, doch inwiefern dies als wahr bzw. realistisch bezeichnet werden kann, soll unter anderem Thema der vorliegenden Arbeit sein. Außerdem wird diskutiert, inwiefern Soldaten als die authentischere Version der *embedded journalists* gelten, da sie in gewissem Maße unbeeinflusst von der Front berichten können. Ihre publizierten Videos auf öffentlichen Videoplattformen spielen hierbei eine zentrale Rolle. Denn abgesehen von ihren Inhalten, geben sie aufgrund ihrer Bildsprache und –montage viel mehr über den Kriegsalltag preis, als es je eine massenmediale Berichterstattung vermochte. Die dabei zu Tage kommenden Realitäten über die Natur der Videoproduzenten sowie über die Natur des Kriegsalltages ist im Gegensatz zur bekannten Berichterstattung alles andere als schöngefärbt. Der sexuell stark zur Perversion bzw. Anomalie neigende Charakter mancher Bild-Publikationen beschreibt dabei recht deutlich die hinter diesen „Werken“ verborgenen Persönlichkeiten.

Das erste Kapitel der vorliegenden Arbeit beschäftigt sich in erster Linie mit der Geschichte der Bildmanipulation in der Kriegsberichterstattung. Hierbei werden speziell drei amerikanische Kriege zur Analyse herangezogen: der Amerikanische Bürgerkrieg, der Vietnam-Krieg und der Zweite Golfkrieg. Dieser Part soll die Grundlage für das Verständnis der weiteren bildlichen Analyse dieser Arbeit darstellen.

Das zweite Kapitel ist aufgeteilt in zwei Themenschwerpunkte: zuerst werden die Terroranschläge des 11. September und ihre mediale Inszenierung und die daraus resultierende Ikonisierung thematisiert. Dies stellt die Basis für die Überleitung auf die Legitimierungsversuche der folgenden Kriege dar, bei der sich die US-Regierung der Symbolträchtigkeit der Bilder der Terroranschläge bediente und diese in einen neuen Kontext einbettete, um die Öffentlichkeit von der Notwendigkeit eines militärischen Gegenschlages zu überzeugen. Weiters beschäftigt sich dieses Kapitel mit der Entertainisierung des Irakkrieges und die hierbei verwendeten Methodiken der Massenmedien, um der Öffentlichkeit einen unterhaltsamen, jedoch opferlosen Krieg zu verkaufen.

Im dritten Kapitel wird untersucht, inwiefern das Internet als sozusagen letzter Ausweg in einem bisher hoffnungslosen Kampf gegen mediale und militärische Propaganda gilt. Hierbei werden speziell Blogs als Mittel der interkulturellen Vernetztheit als eine Methode zur Analyse herangezogen, sowie Videoplattformen der US-Regierung als auch öffentliche Plattformen, um das Verständnis der im letzten Kapitel vorgenommenen Analyse zu vereinfachen.

Das vierte Kapitel stellt den empirischen Teil dieser Arbeit dar. Anhand der Analyse der Bildsprache und –ästhetik ausgewählter Beispiele von öffentlichen Videoplattformen wie auch Plattformen der US-Regierung soll dargestellt werden, inwiefern sich die massenmediale Entertainisierung des Irakkrieges im Internet fortsetzt. Außerdem soll die Frage beantwortet werden, ob Soldaten wirklich als die authentischeren *embedded journalists* anzusehen sind, oder ob diese in ihrer Berichterstattung genauso beeinflusst sind wie letztere. Zudem erfolgt ein Diskurs über die menschlichen Abgründe, die sich während der Stationierung bei vielen Soldaten auftun, und inwiefern sich diese in der Bildsprache der von den Soldaten produzierten Bilder und Videos widerspiegeln.

1. Bildmanipulation im historischen Kontext

Die Zensurierung bzw. Manipulation von Nachrichten und Bildern trat nicht erst, wie dieses Kapitel zu beweisen versucht, mit dem Aufkommen der elektronischen Medien wie dem Fernsehen auf.⁷ Vielmehr hatte sie ihr Debüt bereits, als der erste Kriegskorrespondent ein Schlachtfeld betrat und seine Erlebnisse mittels der Printmedien der Öffentlichkeit mitteilte. Einher mit diesen Berichterstattungen gingen erste Formen von militärischen Zensurmaßnahmen, welche die Informationen, die das Schlachtfeld verlassen durften, betrafen.⁸ Auch wurde in Kriegszeiten bald das Propagandapotenzial der Medien erkennbar, welche bereits bald, anstatt der Öffentlichkeit Nachrichten zu vermitteln, nur mehr an Unterhaltung grenzende und teilweise inszenierte Bilder lieferte. Der Informations hunger des Publikums wollte gestillt werden, egal zu welchen Kosten. Auf der Strecke blieb dabei in erster Linie eine realitätsgetreue und objektive Abbildung des Kriegsgeschehens.

Dieses erste Kapitel der vorliegenden Arbeit soll nicht dazu dienen, einen historischen und politischen Überblick über die hier aufgeführten Kriege zu liefern. Vielmehr stellt dieses Kapitel die Grundlage für die später in dieser Arbeit detaillierter behandelte mediale Informationspolitik im derzeitigen Irakkrieg dar und soll es erleichtern, den Begriff der Bilderpolitik besser in Kontext setzen zu können.

1.1. Ursprünge der Bildmanipulation im amerikanischen Sezessionskrieg

Der erste Krieg der hier von Bedeutung sein soll, ist der Amerikanische Bürgerkrieg, in dem sich Mitte des 19. Jahrhunderts die reichen Nordstaaten mit den agrarisch geprägten Südstaaten bekriegten.⁹

Dieser Krieg zeichnete sich im Besonderen durch seine erste Nähe des Publikums zum Kriegsgeschehen aus. So waren zeitweise alleine in den Nordstaaten bis zu 500 Kriegsreporter im Einsatz,¹⁰ die die Zeitungen mit Neuigkeiten vom Kriegsschauplatz versorgen sollten, welche aber bereits durch erste Zensurmaßnahmen vonseiten des Militärs „gesäubert“ wurden, und gleichzeitig von überpatriotischen und teils inakkuraten Berichterstattungen vonseiten der Korrespondenten geprägt waren.¹¹ Die täglich erscheinenden Kriegs-Bulletins, welche die Öffentlichkeit regelmäßig über das Kriegsgeschehen informierten, gaben nur „schöngefärbte“ Nachrichten preis – „militärische Rückschläge fanden nicht statt, Verlustzahlen wurden zu Ungunsten des Gegners

⁷ vgl. Sweeney, Michael S. *The Military and the Press. An Uneasy Truce*. Evanston, Ill.: Northwestern University Press 2006, S. 8

⁸ vgl. Knightley, Phillip. *The First Casualty*. S. 27

⁹ vgl. Paul, Gerhard. *Bilder des Krieges*. S. 65

¹⁰ vgl. Dominikowski, Thomas. *Massenmedien und Massenkrieg. Historische Annäherungen an eine unfriedliche Symbiose* In: Löffelholz, Martin. *Krieg als Medienereignis. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2004, S. 65

¹¹ vgl. Knightley, Phillip. *The First Casualty*. S. 21

manipuliert.“¹² Abgesehen von diesen ersten Zensurierungen und gegebenenfalls Verhaftungen von Journalisten vor Ort, waren diese beiden Institutionen, Militär und Medien, vom ersten Augenblick an aufeinander angewiesen, „als der erste professionelle Reporter auf einem Kriegsschauplatz auftauchte und damit auf Gedeih und Verderb auch einander ausgeliefert.“¹³

Neben diesem aufstrebenden Phänomen der Kriegskorrespondenten, zeichnete sich der Bürgerkrieg jedoch auch durch seine technischen Neuerungen aus, nämlich nicht nur im Bereich der Waffentechnologien, sondern auch hinsichtlich der neuen Methoden der Berichterstattung. Kriegsphotografie stellte zur damaligen Zeit noch ein relatives Novum dar, das aufgrund seines Vermögens, ein möglichst realitätsgetreues Abbild vom Kriegsalltag zu schaffen, eine gewisse Faszination auf das Publikum ausübte. Abgesehen von den in den Zeitungen abgebildeten Illustrationen, welche anhand von telegrafischen Berichten angefertigt wurden, drängte das Publikum immer mehr auf Kriegsphotografien, die dem Geschehen einen realeren Charakter verleihen sollten, um so „die Zweidimensionalität der Abbildungen zu überwinden und den Gegenstand so realistisch wie nur möglich abzubilden.“¹⁴ Die Fotografien rund um den von Abraham Lincoln bestellten Fotografen Mathew B. Brady, deren Realitätscharakter vom Publikum einerseits sehr gefragt war, brachen jedoch mit der Abbildung getöteter und verwesender Soldaten bald eine Tabugrenze, die den von der Öffentlichkeit gewünschten Realitätsfaktor bald überschritten. Wie auch in den späteren Kriegen, sollte das Abbilden getöteter Soldaten oder Zivilisten ein Tabu in der Bildberichterstattung darstellen, welches auf den Titelseiten der Zeitungen oder in Galerien nicht erwünscht war. Dieser „fotografische Realismus“ Brady's¹⁵, wie ihn Paul bezeichnet, stellt einen damals wie heute totgeschwiegenen Aspekt der Bilderpolitik in Kriegszeiten dar, für den das Publikum weder Interesse noch Verständnis zeigte.¹⁶

Abgesehen von dieser Ablehnung des Publikums gegenüber jenen blutigen Abbildungen des Kriegsgeschehens, fand im Sezessionskrieg mittels Kriegsphotografie eine erste Inszenierung von Kampfeinsätzen statt, um so dem von der Öffentlichkeit geschätzten Realitätscharakter entsprechen zu können, nicht zuletzt deswegen, da das Abbilden dynamischer Szenen aufgrund der technischen Eingeschränktheit der Fotografen nicht möglich war.¹⁷

Der Trend zur reproduktiven Unmittelbarkeit beförderte schließlich auch die bewusste Inszenierung des Geschehens. Erstmals in einem Krieg wurden Kampfszenen nachgestellt, wobei die Soldaten und die Assistenten Brady's wegen der hohen Belichtungszeiten z.T. minutenlang regungslos verharren mussten, bis ein Bild im Kasten

¹² Paul. Bilder des Krieges. S. 66

¹³ Beham, Mira. Kriegstrommel. Medien, Krieg und Politik. München: Deutscher Taschenbuch Verlag 1996, S. 15

¹⁴ Paul. Bilder des Krieges. S. 67

¹⁵ ebd. S. 68

¹⁶ vgl. ebd.

¹⁷ vgl. Franklin, Bruce H. From Realism to Virtual Reality: Images of America's Wars In: Jeffords, Susan/Rabinovitz, Lauren (Hg.) *Seeing through the Media. The Persian Gulf War*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press 1994, S. 26

war. Teilweise seien auch Schlachtfelder mit Toten mit Hilfe von Statisten inszeniert worden.¹⁸

Dies, sowie der Aspekt des durch den Telegrafen hervorgerufenen „technischen Booms“ in der Kriegsberichterstattung, führte schon bald zu einer „totale[n] Kommerzialisierung der Kriegsberichterstattung“¹⁹, anstatt wie erhofft mittels der neuen Technologien eine bessere Informationspolitik für die Öffentlichkeit bieten zu können. Dieser Hunger des Publikums nach immer mehr und neueren Informationen von der Kriegsfront, führte in weiterer Folge zur gezielten Fingierung und Manipulation der Nachrichten. So wurden die Kriegskorrespondenten von den heimischen Zeitungen angehalten, alle verfügbaren Nachrichten zu übermitteln, und wenn nötig, Gerüchte zu schicken.²⁰

Gut 100 Jahre und zahlreiche Kriege später, zeichnete sich besonders ein Krieg durch seine intendierte Unzensuriertheit und den Zusammenhang zwischen Kriegsphotografie und der daraus resultierenden Ikonisierung von Bildern einer surrealen Kriegsfront aus: der Vietnam-Krieg. Die folgenden Punkte sollen einen kurzen Überblick über wesentliche mediale Stationen dieses Konfliktes bieten und aufzeigen, inwiefern dieser Krieg einen Wendepunkt in der Geschichte der visuellen Berichterstattung darstellt.

1.2. Vietnam, das Fernsehen und die Illusion eines unzensurierten Krieges

Was im eben beschriebenen Sezessionskrieg die Tageszeitungen waren, stellte im Vietnam-Krieg das Fernsehen dar. Vietnam gilt als erster Fernseh-Krieg der Geschichte, was soviel bedeuten mag wie: Zum ersten Mal konnte ein Krieg und dessen Schlüsselmomente bequem von zu Hause aus vor dem Fernseher „mitemlebt“ werden. „Fernsehen und Krieg gehören seit Vietnam untrennbar zusammen.“²¹ Mit dieser Trendwende hin zum Fernsehen, gingen aber gleichzeitig auch Einbußen an qualitativer und objektiver Berichterstattung einher. Der Fokus der Berichterstattung lag auf dem „reinen Dabeisein“, während die Realität größtenteils ausgeblendet und „wie nie zuvor auf ihre visuelle Repräsentation hin inszeniert wurde. Während der Film dem Zuschauer allein durch das Betreten des abgedunkelten Kinosaals noch die Differenz zwischen Fiktion und Realität vergegenwärtigte, tendierte das Fernsehen fortan dazu, diese Unterschiede zu verwischen.“²² Die ständige Wiederholung der Fernsehbilder führte zudem über die Zeit zu einem Mangel an Realitätsbewusstsein, ein Aspekt, welcher durch die Abstraktheit der Bilder eines für den Großteil der Öffentlichkeit unverständlichen Krieges in einem exotischen Land noch verstärkt wurde.²³

¹⁸ Paul. Bilder des Krieges. S. 67

¹⁹ Beham. Kriegstrommeln. S. 16

²⁰ vgl. Knightley. The First Casualty. S. 23

²¹ Paul. Bilder des Krieges. S. 312

²² ebd.

²³ vgl. Beham. Kriegstrommeln. S. 88

Obwohl es keine offiziellen Zensurmaßnahmen vonseiten des Militärs oder der Regierung gab, übten die Korrespondenten vor Ort eine Art Selbstzensur aus, einerseits, weil diese zu sehr von internen Richtlinien ihrer Arbeitgeber abhängig waren, andererseits, weil sie vor Kriegsbeginn sehr wohl dazu angehalten wurden, nur bestimmte Inhalte des Krieges zu berichten.²⁴ Vor allem in den ersten Kriegsjahren wurden von den Journalisten und den Medienanstalten gezielt Details von oft verstörender Natur zurückgehalten, mit der Begründung, „diese seien ‚abstoßend‘ und würden Menschen krank machen.“²⁵ Die Berichterstattung über den Vietnam-Krieg also als völlig unzensiert zu bezeichnen, wäre eine ambivalente Behauptung.

Der Einsatz der Journalisten an der Front erinnert in seiner Form stark an jenen der *embedded journalists* im Irakkrieg, deren Rolle für die Berichterstattung im 3. Kapitel dieser Arbeit noch näher erläutert wird. Fest steht, dass trotz der teilweisen Interventionen des Militärs, das Senden von Bildern toter oder verwundeter Soldaten zu untersagen, dieser Konflikt als der erste gilt, der den Krieg in einer Art und Weise abbildete, wie es vorher noch nie der Fall gewesen war.

Bilder vom Kampfgeschehen und seinen Opfern flimmerten – wenn auch nicht live – in die Wohnstuben der Fernsehzuschauer und suggerierten ein bislang unbekanntes Maß an Authentizität, Unmittelbarkeit und Direktheit. Noch nie zuvor war ein Krieg so hautnah präsentiert worden. [...] Der Vietnam-Krieg war zugleich der erste und letzte „massenkulturelle Krieg“ der Geschichte, dessen Folgen heute noch spürbar sind. Wie kein anderer Krieg zuvor drang er – etwa in Gestalt des Einzelkämpfers – in die Ikonographie der Massenkultur ein.²⁶

Hinsichtlich der vonseiten der US-Regierung vorgenommenen Legitimierungsversuche der Kampfhandlungen im Vorfeld des Krieges, stechen besonders die verwendeten Methodiken hervor, die doch sehr stark an den aktuellen Irakkrieg erinnern. So kam es immer wieder zu Vergleichen mit Hitler und den Angriff auf Pearl Harbor während des Zweiten Weltkrieges.²⁷ Anstatt den Krieg also durch handfeste Argumente zu rechtfertigen, setzte die US-Regierung damals wie heute auf die in den Köpfen der Bevölkerung verankerten Schreckensbilder, und machte sich den so erstarkenden Patriotismus im anschließenden Feldzug gegen das „Böse“ zueigen. Der Vietnam-Krieg hat noch einen weiteren Punkt mit dem aktuellen Irakkrieg gemeinsam. Trotz der ständigen Bebilderung und der baldigen Übersättigung aufgrund der nicht abreißen wollenden Bilderflut, vermittelten die Fernsehnachrichten nur recht wenig über den Krieg bzw. das Kriegsgeschehen selbst. Im Gegensatz zu den berichterstattenden Printmedien, setzten die Fernsehnachrichten primär auf den Unterhaltungsfaktor ihrer

²⁴ vgl. Paul, Gerhard. Der Vietnamkrieg als Sonderfall und Wendepunkt in der Geschichte der Visualisierung des modernen Krieges? In: Knieper, Thomas/ Müller, Marion G. (Hg.) *War Visions. Bildkommunikation und Krieg*. Köln: Herbert von Halem 2005, S. 81

²⁵ Paul, Gerhard. „Living-room war“. Vom exklusiven Seherlebnis zum ersten Fernsehkrieg der Geschichte In: Nöring, Hermann (u.a.) *Bilderschlachten. 2000 Jahre Nachrichten aus dem Krieg. Technik-Medien-Kunst*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2009, S. 364

²⁶ Paul. Bilder des Krieges. S. 314

²⁷ vgl. ebd. S. 315

Inhalte. Da das Fernsehpublikum von den Verantwortlichen als „uninformed and uninterested in politics“²⁸ angesehen wurde, zeigte diese Strategie Wirkung.

Nach Paul kann man den Vietnam-Krieg in drei verschiedene Phasen der Fernsehberichterstattung einteilen, die hier jedoch nicht näher ausgeführt werden sollen, da dies nicht Gegenstand der vorliegenden Arbeit ist.²⁹ Dennoch soll darauf hingewiesen werden, dass es so etwas wie DAS Bild des Vietnam-Krieges nicht gibt. Natürlich wurden viele Bilder während und nach Ende des Krieges zu Ikonen, gleichzeitig standen sie aber auch für die verschiedenen Phasen der Auseinandersetzung, welche durch eine bestimmte Bildsprache ihrer Illustrationen geprägt und für immer gekennzeichnet waren. Außerdem wurden die veröffentlichten Bilder Teil eines Instrumentariums des Militärs und der Presse, den Krieg mittels gezielter Bebilderung als etwas darzustellen, was er nicht war. So entstand in der Öffentlichkeit das Image eines Krieges, den es in dieser Form, also so, wie ihn die Medien darstellten, nie gegeben hatte.³⁰

Als besondere Wende in der Bildberichterstattung gilt es kurz die Tet-Offensive im Jahr 1968 zu erwähnen, welche zu einem Wandel hin zu einer emotionaleren und persönlicheren Bebilderung des Konfliktes führte.

Die Fernsehbilder aus Vietnam gerieten nun in die politische Debatte über den Krieg. Die Berichterstattung wurde differenzierter und distanzierter. Die menschlichen Kosten des Krieges wurden stärker akzentuiert. Zwar blieben Berichte über Massaker eigener Soldaten weiterhin Tabu, doch wurden ungeschminkte Berichte über das Kriegsgeschehen jetzt häufiger und öffneten die Networks der internationalen Anti-Vietnamkriegs-Bewegung.³¹

Im Mittelpunkt der Berichterstattung aus Vietnam standen das erste und das letzte Mal in der amerikanischen Kriegsgeschichte Bilder eines nicht reingewaschenen Krieges. Die Öffentlichkeit wurde konfrontiert mit den Aufnahmen gefallener amerikanischer Soldaten, aber auch mit jenen vietnamesischer Einheimischer, die im Augenblick ihres Todes gefilmt wurden. Durch diese Kontextualisierung der Toten wurde es den Zusehern ermöglicht, sich leichter mit dem Abgebildeten zu identifizieren und die Kampfhandlungen als realer aufzufassen.³² Die amerikanische Öffentlichkeit wurde durch diese Bilder mit einer Wahrheit des Kriegsalltages konfrontiert, die sie in solch einer Art und Weise noch nie gesehen und seither auch nie wieder zu sehen bekommen hatte. Aus diesem Grund wird auch den Medien nachgesagt, den Krieg in Vietnam entschieden und somit als einzigen Krieg der USA verloren zu haben. Die so genannte „Dolchstoßlegende“ gilt jedoch als weitestgehend von der amerikanischen Politik initiiert, welche das Scheitern in Vietnam nur allzu gerne auf die

²⁸ Hallin, Daniel C. *The „Uncensored“ War. The Media and Vietnam*. Berkeley, California (u.a.): University of California Press 1986, S. 124

²⁹ Paul. Der Vietnamkrieg als Sonderfall und Wendepunkt. S. 84ff.

³⁰ vgl. Paul. Bilder des Krieges. S. 317ff; 324f.

³¹ Paul. „Living-room war“. S. 346

³² vgl. Paul. Bilder des Krieges. S. 325ff.

„freie, unkontrollierte und unpatriotische Presse“³³ abwälzte, und somit umso leichter die demoralisierte Öffentlichkeit und das Scheitern der Außenpolitik rechtfertigen konnte.³⁴

Ob wirklich die Medien am ersten verlorenen Krieg der USA Schuld trugen sei dahingestellt, fest steht jedoch, dass der Großteil der Amerikaner zur Zeit der Invasion in Vietnam Informationen von den großen Fernsehsendern bezogen und erst an zweiter Stelle von den Printmedien. Dafür gab es laut Hallin zwei ausschlaggebende Gründe: Erstens vermittelte das Fernsehen durch seine *anchors*³⁵ eine persönliche Note, an denen es zum Beispiel den Zeitungen mangelte. Außerdem lieferte das Fernsehen Bilder in einer Form, wie es den Printmedien unmöglich war darzustellen und an welcher es den Radiostationen generell fehlte.³⁶ Dem Publikum wurde somit ein persönlicher Bezug zu den Geschehnissen ermöglicht, was unweigerlich Einfluss zu nehmen begann auf ihre Einstellung gegenüber dem Krieg.

Der Vietnam-Krieg gilt bezüglich seiner medialen Berichterstattung als jener Krieg, der die „Entertainisierung des postmodernen Krieges eingeleitet“³⁷ hat. Dies ist unter anderem zurückzuführen auf die bildhafte Natur des Fernsehens. Hallin spricht hier aufgrund der meist negativen Berichterstattungen des Mediums vom „entertainment character of television news. Because American television is essentially a dramatic medium [...] it is constantly searching for sensation, which is supplied largely by negative stories – conflict and scandal.“³⁸ Dieses neue Phänomen des Entertainments in Kriegszeiten hatte jedoch nicht nur Auswirkungen auf die Zuseher, sondern auch auf das Verhalten amerikanischer Soldaten vor den TV-Kameras.

Kriegführen und Töten wurde von den Beteiligten u.a. in Bildern und Darstellungsformen der populären Kultur als Event, als Ekstase, als Ausbruch aus der Normalität oder als Entdeckung des Individualismus zelebriert. Immer wieder wurde berichtet, dass sich Soldaten als Schauspieler gefühlt und ihre Aktionen bewusst für die Fernsehkameras inszeniert hätten.³⁹

Leider blieb es nicht bei diesem Inszenierungscharakter. Wie in kaum einem anderen Krieg zuvor, wurden in Vietnam Kriegsverbrechen begangen, die erst lange nach der eigentlichen Tat an die Öffentlichkeit gelangten. Ein Beispiel eines solchen Ereignisses ist das Kriegsverbrechen von My Lai, dessen Bilder heute zu den Ikonen der Kriegsfotografie des Vietnam-Krieges zählen.

³³ Beham. Kriegstrommeln. S. 79

³⁴ siehe auch Paul. Der Vietnamkrieg als Sonderfall und Wendepunkt. S. 95f.

³⁵ als „anchor“, „newsanchor“ oder „anchorman“ bezeichnet man einen „Journalist o.Ä., der im Rundfunk, Fernsehen, bes. in Nachrichtensendungen, die einzelnen journalistischen Beiträge vorstellt, die verbindenden Worte u. Kommentare spricht“; siehe Duden. Das Fremdwörterbuch. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG 2000⁷, S. 64

³⁶ vgl. Hallin. The „Uncensored“ War. S. 106

³⁷ Paul. Der Vietnamkrieg als Sonderfall und Wendepunkt. S. 93

³⁸ Hallin. The „Uncensored War“. S. 109

³⁹ Paul. Der Vietnamkrieg als Sonderfall und Wendepunkt. S. 93

1.2.1. Die Bilder My Lais

Neben Eddie Adams' ikonisiertem Foto „Der Schuss von Saigon“⁴⁰ vom Beginn der Tet-Offensive, gehört das Foto vom Militärfotografen Ronald Haeberle zu den wohl berühmtesten und wirkungsmächtigsten Aufnahmen des Vietnam-Krieges. Die Abbildungen der Getöteten des Massakers im vietnamesischen Dorf My Lai im Jahre 1968 gelangten erst eineinhalb Jahre nach dem eigentlichen Geschehen an die Öffentlichkeit. Offizielle Berichte über die Geschehnisse an diesem Tag verschwanden später spurlos. Außerdem wurde das Geschehnis von den beteiligten Soldaten und involvierten Militärs lange Zeit erfolgreich vertuscht. Selbst als schließlich Anklage gegen die verantwortlichen Soldaten erhoben wurde, gelangten nur wenige Informationen darüber an die Öffentlichkeit. Erst als ein engagierter Reporter weitere Recherchen anstellte, erregte das von amerikanischen Soldaten verübte Kriegsverbrechen langsam Aufmerksamkeit in der weltweiten Presse. Für viele kam das ausgerechnet von amerikanischen Soldaten verübte Verbrechen als ein Schock, da das Bild des „guten GIs“, das sich die Amerikaner im Zweiten Weltkrieg erworben hatten, nicht mit jenem des massakrierenden Kriegsverbrechers übereinstimmte. Auf die Veröffentlichung der Fotos folgte eine Protestwelle, da viele die Fotos nicht als die Abbildung dessen akzeptieren konnten, was sie letztendlich darstellten – die Kriegsrealität.⁴¹

Etliche hielten die Bilder für manipuliert. Andere bezeichneten die Fotos als Fälschung des Vietcong. Aufgebrachte Mütter schreiben Protestbriefe an Zeitungen und Zeitschriften, die Haeberles Fotos veröffentlicht hatten. Sie empörten sich vor allem darüber, dass auf den Bildern Unbekleidete zu sehen waren. Auf die Geschehnisse von My Lai, die weit über das Vorstellbare hinausgingen, war die amerikanische Öffentlichkeit nicht vorbereitet.⁴²

Die Bilder des Massakers untergruben nicht nur die Autorität der Einsatzkräfte in Vietnam, sie hinterfragten zunehmend den Krieg selbst. So konnte die Regierung, wie eigentlich intendiert, das Militär nicht mehr langsam aus Vietnam abziehen, da die Frage nach der Moral der amerikanischen Soldaten zunehmend in den Mittelpunkt trat, und das Potential der USA als militärische Führungskraft immer mehr angezweifelt wurde. „Für viele Amerikaner und Kriegsgegner weltweit stand das Massaker für die moralische Pervertierung des Unterfangens oder, mehr noch, für einen Krieg, der so nicht geführt werden sollte, der überhaupt nicht hätte geführt werden sollen.“⁴³ Darüber hinaus sind die Bilder von My Lai ein Symbol für so viel mehr, was die Medienbilder verabsäumten zu zeigen. Sie stehen für die

⁴⁰ Das Foto zeigt zwei vietnamesische Soldaten, die einen weiteren Vietnamesen in Gewahrsam haben, und den jungen Gefangenen eine Pistole an den Kopf halten. Der Fotograf Eddie Adams drückte just in dem Moment ab, als sich der Schuss löst und in den Kopf des Gefangenen einschlug. Nach Veröffentlichung der Fotografie kamen von vielen Seiten Zweifel auf, ob es sich hierbei um ein „authentisches Kriegserlebnis“ handelte, oder ob hier eine „Gefangenentötung für die Kamera“ stattfand. Siehe hierzu Schwingeler, Stephan/Weber, Dorothee. Der Schuss von Saigon. Gefangenentötung für die Kamera. In: Paul, Gerhard (Hg.). Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2008, S. 354-361

⁴¹ vgl. Klein, Lars. My Lai. Die neuen Opferbilder des Krieges. In: Paul, Gerhard (Hg.) *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2008, S. 370ff.

⁴² ebd. S. 374

⁴³ Klein. Die neuen Opferbilder des Krieges. S. 376

„Verrohung der Soldaten, ihren unklaren Auftrag, das Versagen der politischen und militärischen Führung, das Vergehen an der Zivilbevölkerung und die psychischen Schäden bei den amerikanischen Soldaten.“⁴⁴

Der Vietnam-Krieg galt für die USA letztendlich als verloren, wobei man wie bereits erwähnt primär den Medien die Schuld am Scheitern des Konfliktes gab. Die in Vietnam noch so offenherzig betriebene Informationspolitik sollte somit ein Ende finden. Wie sich die Medien im Anschluss an das Debakel in Vietnam in Krisenzeiten in der Öffentlichkeit präsentierten, soll hier anhand des 1. Golfkrieges analysiert werden.

1.3. Der Zweite Golfkrieg

Der Beginn des Zweiten Golfkrieges wurde, wie schon so viele Kriege zuvor, gekennzeichnet durch die versuchte Legitimierung des Konflikts mithilfe der Massenmedien. Hauptaufgabe dabei war es, der Öffentlichkeit mit Unterstützung der Presse ein vorgefertigtes und passendes Feindbild der Kriegsgegner bzw. –verbündeten zu vermitteln, um von der heimischen Bevölkerung die nötige Unterstützung im Krieg gegen den Irak zu bekommen. „So bestand die Aufgabe der Bush-Regierung im Sommer 1990 darin, den amerikanischen Medien zwei Bilder zu verkaufen – ein häßliches von Hussein und ein schönes von Kuwait.“⁴⁵ Eine populäre Methode hierbei war der Einsatz bereits bekannter Feindbilder wie jener des unterdrückten und tyrannisierten Hitler-Deutschlands. So entstand in den Köpfen der Bevölkerung die nötige Solidarität gegenüber des zu beschützenden Staates, gleichzeitig wurde aber auch die Ebenbürtigkeit des Iraks gegenüber den USA aufrecht erhalten. Die Medien halfen bei dieser Hetze gegen den Golfstaat tatkräftig mit, und gingen sogar soweit, dieses Modell noch weiter auszubauen. Es gab nur wenige kritische Stimmen, die sich gegen diese Farce aussprachen. Sie gingen jedoch in der Überzahl der positiven Meldungen unter und wurden von der breiten Öffentlichkeit nicht gehört.⁴⁶

Die im Vorfeld des Krieges betriebene Propaganda machte die Berichterstattung über das Ereignis selbst zu einer sehr lukrativen Angelegenheit. Umso größer kann man wohl die Enttäuschung der Bevölkerung bezeichnen, als die erhofften authentischen Kriegsbilder von der Front ausblieben. Natürlich waren Bilder und Nachrichten verfügbar, diese waren aber in einer Art und Weise zensiert und von dem vorherrschenden Pool-System⁴⁷ in ihren Inhalten dermaßen beeinträchtigt, dass ihr Informationsgehalt gegen Null ging. Spindler bezeichnete

⁴⁴ Paul. Bilder des Krieges. S. 325

⁴⁵ zit. in Beham. Kriegstrommeln. S. 107

⁴⁶ vgl. ebd. S. 107f.

⁴⁷ Das Pool-System sieht vor, dass ausgewählte Journalisten von der Armee an bestimmte Punkte des Kampfgebiets gebracht werden und dort unter Aufsicht filmen und recherchieren dürfen, um danach ihr Material mit den zurückgebliebenen Kollegen zu teilen. Siehe hierzu Bussemer, Thymian. Medien als Kriegswaffe. Eine Analyse der amerikanischen Militärpropaganda im Irak-Krieg, http://www.bpb.de/publikationen/L2XLQH,3,0,Medien_als_Kriegswaffe.html

den Golfkrieg demnach als „Distanzveranstaltung und antiseptisches Technikspektakel“.⁴⁸ „Noch nie haben so viele Journalisten im Fernsehen mit so vielen Worten und Bildern so wenig Information zu einem Thema geliefert wie in der Berichterstattung über den Krieg am Golf.“⁴⁹

Dies bestätigte auch Virilio, als er von der mangelnden Überzeugungskraft der Fernsehbilder sprach, die vielmehr auf Emotionen als auf Informationen setzten.⁵⁰ Das mag auch einer der Gründe sein, warum Virilio diesen Krieg als „Fernsehserie“ bezeichnete, und als Krieg als solchen nicht ernst nahm und akzeptierte. Glaubt man Virilio, so waren es nicht die Waffen, sondern vielmehr die Bilder darüber, die das Potential des 1. Golfkrieges ausmachten. „Als Erbe der atomaren Abschreckung ist der Krieg heute zu einem totalitären und allgegenwärtigen Phänomen geworden, bei dem das Bild zu einer ‚Munition‘ unter anderen geworden ist.“⁵¹

Primäre Beweiskraft, dass es sich bei den von der Front gesendeten Bildern nicht um reale, sondern vielmehr gestellte bzw. inszenierte Bilder handelte, war ihr ästhetischer Wert. Waren die Bilder des Jugoslawienkrieges noch gekennzeichnet durch ihre Grobkörnigkeit und die beeinflussenden Elemente der live vor Ort filmenden Kameramänner, ausgedrückt durch verwackelte Aufnahmen, so fehlten diese Eindrücke im Golfkrieg gänzlich. „Wo Krieg und (sic!) freie Kamera aufeinanderprallen, wackeln die Bilder. [...] Im Krieg um Kuwait ist kein Journalist getötet worden, dafür haben die Fernsehbilder auch nicht gewackelt.“⁵²

Der mangelnde Zugang zu tatsächlichen Informationen über das Kriegsgeschehen an der Front, hatte also unweigerlich eine beinahe totale mediale Inszenierung dieses Krieges zur Folge. Olschewski meint dazu passend: „Große Inszenierungen sind eine spezifische Leistung der amerikanischen Kultur.“⁵³ Auch Lohoff spricht hinsichtlich der TV-Berichterstattungen von einer „ereignisorientierten Kriegsshow.“⁵⁴ Die von der militärischen Zensur, die im Anschluss noch genauer analysiert wird, freigegebenen Bilder, die nur wenig bis gar nichts über den tatsächlichen Verlauf des Krieges aussagten, wurden durch nicht kriegsspezifische Sendungen erweitert, wie zum Beispiel Expertenrunden, Landkarten- und Computeranimationen sowie Szenarien der Apokalypse.⁵⁵ Die daraus resultierenden Eindrücke über den Krieg hatten nur wenig mit der Realität gemeinsam. Vielmehr vermochten es die Medien, mittels dieser Methoden eine eigene Kriegsrealität zu schaffen. „Die Medien konstruierten jenseits der manipulativen Eingriffe von seiten der Militärs ihre

⁴⁸ Spindler, Beate. Krieg im Spiegel der Fotografie. Zur Fotoberichterstattung über die Golfkriege von 1991 und 2003 In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hg.) *War Visions. Bildkommunikation und Krieg*. Köln: Herbert von Halem 2005, S. 186

⁴⁹ zit. in Beham. *Kriegstommeln*. S. 110

⁵⁰ vgl. Virilio, Paul. *Krieg und Fernsehen*. München (u.a.): Carl Hanser 1993, S. 14ff.

⁵¹ ebd. S. 16.f

⁵² Olschewski, Malte. *Krieg als Show. Die neue Weltinformationsordnung*. Wien: Verlag der Zeitschrift für Internat 1993², S. 73

⁵³ ebd. S. 65

⁵⁴ Lohoff, Markus. Das neue Gesicht des Krieges. Cockpit- und Raketenbilder im Zweiten Persischen Golfkrieg. In: Paul, Gerhard (Hg.) *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2008, S. 600

⁵⁵ vgl. Beham. *Kriegstommeln*. S. 113

eigene Realität des Golfkriegs.“⁵⁶ Durch die Monopolstellung CNNs an der irakischen Front, mussten die anderen Sender zudem auf alles nur Erdenkliche zurückgreifen, was nur annähernd als Nachricht empfunden wurde. So wurden die gesendeten live-Bilder unreflektiert übernommen, entsprachen aber gleichzeitig in ihren Inhalten nur entfernt den Erwartungen des Publikums. Hauptinformationsträger waren nämlich abstrakte Bilder von Luftangriffen, gefilmt aus den Cockpits der Flugzeuge, die zwar eine Neuheit in der Bildberichterstattung darstellten, deren Informationsgehalt jedoch gering war.⁵⁷

Infolge des Erwartungs- und Aktualitätsdrucks einerseits und des Zensurdrucks und Informationsmangels andererseits wurden die verfügbaren Bilder unreflektiert übernommen. [...] Besonders befremdlich wirkten die abstrakten Bilder der Luftangriffe. Die technologische Sicht auf den Krieg schien mit den Erwartungen der Zuschauer zu kollidieren. Es wurde offensichtlich, dass die militärische Darstellung die Sachlage verkürzte und dass anstelle konkreter Information Desinformation dargeboten wurde. [...] Hier ging es nicht um informative Details, sondern um den Topos.⁵⁸

Diese durch die Berichterstattung entstandene fehlende Nähe zur Kriegsrealität und Abstraktheit hatte zur Folge, dass die Zuseher zunehmend den Bezug zur Grausamkeit des Krieges verloren. „Die Distanz zu dem getroffenen Ziel, das nurmehr als optisches Kürzel wie in einem Videospiel auf dem Bildschirm erscheint [...] verharmlost die Kriegssituation und erleichtert dem Publikum den alltäglichen Umgang mit Kriegsbildern.“⁵⁹

Abgesehen von dieser in den Medien zelebrierten Nullinformationsordnung, war die Berichterstattung des Zweiten Golfkrieges gekennzeichnet durch seine Vielzahl an Zensurmaßnahmen. Diese sollen im Folgenden kurz erläutert werden.

1.3.1. Der Zweite Golfkrieg als Vorzeigemodell medialer Zensur

Im Gegensatz zum Vietnam-Krieg, zeichnete sich die Berichterstattung im Zweiten Golfkrieg durch übermäßig angewandte Zensurmaßnahmen aus. Die US-Regierung hielt an der Dolchstoßlegende fest, und unterstellte den Medien, die Schuld am Scheitern in Indochina getragen zu haben. Aus diesem Grund wurde vonseiten des Militärs und der Regierung alles daran gesetzt, dieses Debakel nicht mehr zu wiederholen. Die Besonderheit der Kriegsberichterstattung im Golfkrieg 1991 lag also primär in dem Umstand, dass es offiziell zwar keine Zensur gab, diese allerdings durch auferlegte „Orientierungshilfen“ und „Verhaltensmaßregeln“ für Reporter⁶⁰ so offensichtlich war, dass man es von Seiten der US-

⁵⁶ Beham. *Kriegstrommeln*. S. 113

⁵⁷ vgl. Lohoff. *Das neue Gesicht des Krieges*. S. 601

⁵⁸ ebd.

⁵⁹ Müller, Marion G. ‚Burning Bodies‘. Visueller Horror als strategisches Element kriegerischen Terrors – eine ikonologische Betrachtung ohne Bilder In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hg.) *War Visions. Bildkommunikation und Krieg*. Köln: Halem 2005, S. 406

⁶⁰ Schlaga, Rüdiger. Der Golf-Krieg und die Zensur. In: Krell, Gert/Kubbig, Bernd W. (Hg.) *Krieg und Frieden am Golf. Ursachen und Perspektiven*. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch Verlag 1991, S. 201

Regierung eher als absurd und anmaßend bezeichnen könnte zu leugnen, die Presse zensurieren zu wollen.

Die den Reportern auferlegten Orientierungsmaßnahmen und die Verwehrung, unbeaufsichtigt an der Front recherchieren zu dürfen, standen unter dem Deckmantel der nationalen Sicherheit und des nationalen Interesses. Doch „[s]owohl ‚Sicherheit‘ als auch ‚nationales Interesse‘ sind dehbare Vokabeln – alle Eingriffe lassen sich damit begründen.“⁶¹ Die daraus resultierenden Sicherheitsüberprüfungen des Informationsmaterials, das die Front verließ und in der Heimat als Nachricht gesendet werden sollte, waren nur weitere Maßnahmen der Zensurregelungen dieses Krieges. Dies wiederum hatte die vorsätzliche Täuschung der Öffentlichkeit in Sachen Kriegsnachrichten zur Folge. Die Kontrolle des Militärs breitete sich somit von den eigenen Streitkräften auf die öffentliche Meinungspolitik aus.⁶² Auch die Tatsache, dass zu Kriegsbeginn selbst nur ein einziger Korrespondent eines einzigen Senders, nämlich CNN, vor Ort bleiben und berichten durfte, stand für die zelebrierte und dennoch strikt verleugnete Zensurpolitik des US-Militärs. „Die Voraussetzungen, auch nur annähernd Zuverlässiges über die Wirklichkeit dieses Krieges erfahren zu können, waren denkbar schlecht.“⁶³

Ein wesentlicher Faktor, welcher mit dieser Zensurpolitik allerdings nicht in Einklang zu bringen war, war jener der Demokratie. Da die Grundlage in einem demokratischen Staat vor allem die Meinungs- und Pressefreiheit darstellen, widersprach die Zensurregelung im Zweiten Golfkrieg jeglichen demokratischen Grundprinzipien.

Zensur steht im fundamentalen Gegensatz zu den Prinzipien einer demokratischen Gesellschaft: Transparenz von staatlichen Entscheidungen, Informationen über deren Folgen und Beteiligung der Bürger an ihrer Umsetzung. Eine der Hauptforderungen der Bürgerrechtsbewegungen in den früheren sozialistischen Staaten war die nach Presse und Informationsfreiheit, gerade in Abgrenzung zu den totalitären Systemen. Alle im Westen haben damals applaudiert. Doch im Golf-Krieg wurden diese Freiheiten durch Militärs und Politiker außer Kraft gesetzt.⁶⁴

Das Gravierende an dieser Situation war jedoch, dass der Großteil des Publikums den zensurierten Medienbildern glaubte. „72 % der US-Bevölkerung fühlten sich von den Kriegsberichterstattem ‚objektiv‘ informiert. Das Fernsehen schnitt dabei sogar noch besser ab als die Printmedien.“⁶⁵ Im Grunde verwundern diese Zahlen jedoch nicht, wenn man bedenkt, dass keine einzige Medienanstalt etwas daran setzte, die Öffentlichkeit über die vorgenommenen Zensurmaßnahmen zu unterrichten.

⁶¹ Schlaga. Der Golf-Krieg und die Zensur. S. 202

⁶² vgl. ebd. S. 203

⁶³ Beham. Kriegstrommeln. S. 112

⁶⁴ Schlaga. Der Golf-Krieg und die Zensur. S. 204

⁶⁵ ebd. S. 205

2. Die Medialität des Irakkrieges

Die Terroranschläge des 11. September 2001 hatten immense Auswirkungen sowohl auf die Außenpolitik als auch auf die Medienlandschaft der USA. Ihre politische Bedeutsamkeit der Ereignisse erlangten die Anschläge allerdings erst durch ihre politischen Deutungen, „und den mit diesen Deutungen unmittelbar verbundenen (politischen) Reaktionen.“⁶⁶

Die Bilder des brennenden und kollabierenden World Trade Centers mutierten aufgrund ihrer ständigen Medienpräsenz schon bald zu Ikonen. Wie dieses Kapitel noch näher ausführen wird, waren die Anschläge geprägt durch eine starke Symbolträchtigkeit, welche sich die Politiker der USA schon bald zu eigen machen sollten, um den anschließenden Krieg gegen den Terror und den Präventivschlag gegen den angeblich in die Anschläge involvierten Irak zu rechtfertigen. Es soll hier aufgezeigt werden, auf welche Weise die Bilder des 11. September⁶⁷ im Vorfeld des „War on Terror“ von der US-Regierung missbraucht wurden, um einen Krieg zu legitimieren. Ein weiteres Ziel dieses Kapitels ist es, die mediale Inszenierung des Irakkrieges zu analysieren und die Frage zu diskutieren, ob Krieg als eigenständiges Ereignis ohne mediale Abdeckung überhaupt noch existiert.

2.1. Der Symbolismus der Anschläge des 11. September

Auslöser, oder vielleicht vielmehr Rechtfertigung für den Krieg im Irak waren die Terroranschläge des 11. September 2001, bei denen fast 3.000 Zivilisten ihr Leben ließen. Rechtfertigung aus dem Grund, da bereits kurz nach diesem schicksalhaften Tag die Drahtzieher der Tat bekannt waren, diese sich allerdings nicht als Iraker, sondern als Afghanen, vielmehr als al-Qaida Mitglieder entpuppten, und, wie später noch gezeigt wird, diese nicht die geringste Verbindung zum Irak oder Saddam Hussein hatten.

Neben der hohen Opferzahl nimmt, wie bereits kurz erwähnt, die sublime Symbolträchtigkeit des World Trade Centers (WTC) bei den Anschlägen einen besonderen Stellenwert ein. Die New Yorker Zwillingstürme verkörperten als Doppelturm das Sinnbild von „Stadt, Macht und Herrschaft“⁶⁸ und waren als ‚Herz Amerikas‘ tief im kollektiven Bildgedächtnis der Menschheit verankert.⁶⁹ Gleichzeitig fungierten die Türme „als scheinbar unantastbare Zeichen von Globalisierung, wirtschaftlicher und militärischer Macht.“⁷⁰

⁶⁶ Weller, Christoph. Die massenmediale Konstruktion der Terroranschläge am 11. September 2001. Eine Analyse der Fernsehberichterstattung und ihre theoretische Grundlage. INEF Report 2002, http://www.philso.uni-augsburg.de/lehrstuehle/politik/politik1/mitarbeiter/weller/pdf_buecher_forschungsberichte/Weller_Massenmediale-Konstruktion-11_Sep_01_02.pdf, Stand: 16.08.2011, S. 3

⁶⁷ Die Bezeichnung 11. September wird in der gesamten vorliegenden Arbeit synonym für die Terroranschläge des 11. September 2001 auf das World Trade Center in New York City und das Pentagon in Washington D.C. verwendet

⁶⁸ Buttler, Joachim. Ästhetik des Terrors – Die Bilder des 11. September 2001 in: Beuthner, Michael u.a. (Hg.) *Bilder des Terrors – Terror der Bilder?: Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September*. Köln: Halem 2003, S. 29

⁶⁹ Buttler. Ästhetik des Terrors. S. 29

⁷⁰ Telesko, Werner. 11. September 2001: „Bilder des Terrors – Ikonographie des Unterganges“ in: Bauer, Ingrid et al. (Hg.) *>kunst >kommunikation >macht*. Innsbruck: Studienverlag 2004, S. 200

Als Kathedralen der Moderne fungierten sie – dem Eiffelturm ähnlich – zugleich als säkulare Zeichen des technisch-wissenschaftlichen Fortschritts sowie des ungezügelt Glaubens des Anything Goes, jener amerikanischen Variante einer naiven Fortschrittsgläubigkeit. Wie ein übermächtiges Stadttor wiesen sie im südlichen Manhattan den Weg in das Herz der Supermacht und des Kapitalismus schlechthin. Sie waren weltweit Zeichen der Globalisierung der von den USA diktierten Marktgesetze.⁷¹

Der Entschluss der Terroristen, dieses Wahrzeichen des westlichen Wohlstandes und Fortschrittes „zur besten Sendezeit“ zu attackieren, konnte als Umfunktionalisierung der Medien zu Waffen betrachtet werden. „Die globale Tragweite des Terrorangriffs folgt aus seiner bössartigen, doch durchschlagenden Simplizität: Die Attacke erfolgte im Zentrum der globalen Medienindustrie und traf die meistgefilmten Symbole amerikanischer Macht. Die Piloten des Terrors wussten, ihr Angriff würde vor laufender Kamera stattfinden.“⁷²

Darüber hinaus weist Buttler auf die Instrumentalisierung der Flugzeuge zu Waffen hin: „Mit den Flugzeugen als Waffe haben es die Terroristen [...] geschafft, das ihnen verhasste Symbol amerikanischer Macht und Lebensweise zu zerstören und dabei Tausende von Menschen mit in den Abgrund zu reißen.“⁷³ Nicht nur die Türme also, auch dem Flugzeug und den aus dem Verschmelzen dieser beiden Symbole resultierenden Rauchwolken haftete etwas Symbolträchtiges an. Das Flugzeug wird in diesem Konstrukt zu einem tödlichen Vernichtungswerkzeug umfunktioniert. „Whoever had mounted them had made cruise missiles out of innocent civilian aircraft.“⁷⁴

Der Angriff auf diese symbolträchtigen Ziele stellte also mehr als nur eine physische Attacke dar. Darüber hinaus konnte das im westlichen Raum zelebrierte Ritual der Inszenierung von Medienereignissen von den Terroristen genutzt werden, um nicht nur die Menschen vor Ort, sondern auch das Medienpublikum in die Anschläge zu involvieren. „Der Pakt zwischen Medien und Publikum, wonach die Medien in der Inszenierung von Medienereignissen rituelle Übergangszonen herstellen und wieder beenden, konnte von den Terroristen genutzt werden, um nicht nur die Menschen vor Ort, im World Trade Center, physisch anzugreifen, sondern symbolisch jeden westlichen Zuschauer vor seinem Bildschirm.“⁷⁵

So grauenhaft und unvorstellbar die Anschläge für die gesamte westliche Welt auch waren, sie wurden durch ihre Symbolträchtigkeit und ihr Kalkül zu Bildikonen des 21. Jahrhunderts.

⁷¹ Paul, Gerhard. *Bilder des Krieges*. S. 444

⁷² Schuster, Thomas. *Phantom des Terrors*. Die Gewalt im Zeitalter ihrer medialen Potenzierbarkeit. http://www.tomschuster.de/Artikel/Phantom_des_Terrors/phantom_des_terrors.html, Stand: 09. 12. 2011

⁷³ Buttler. *Ästhetik des Terrors*. S. 35

⁷⁴ Friedman, Norman. *Terrorism, Afghanistan, and America's New Way of War*. Annapolis M.D.: Naval Inst. Pr. 2003, S. 3

⁷⁵ Viehoff, Reinhold/Fahlenbrach, Kathrin. *Ikonen der Medienkultur. Über die (verschwindende) Differenz von Authentizität und Inszenierung der Bilder in der Geschichte* in: Beuthner, Michael u.a. (Hg.) *Bilder des Terrors – Terror der Bilder?: Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September*. Köln: Halem 2003, S. 53

2.1.1. Die Ikonisierung der Terrorbilder

Diese eben angesprochene Ikonisierung der Bilder gründete sich primär auf der medialen Abdeckung der Ereignisse des 11. September. Als das erste Flugzeug in den Nordturm einschlug, glaubten viele noch an menschliches Versagen. Als auch der zweite Turm und wenig später das Pentagon getroffen wurden, musste man sich allerdings die Ernsthaftigkeit der Situation eingestehen. Zu diesem Zeitpunkt waren bereits alle TV-Stationen live auf Sendung. Im Vordergrund der Berichterstattung standen allerdings in erster Linie die getroffenen Gebäude, nicht die sich darin befindenden Personen. „[...] the studio voices that accompanied the images spoke only of buildings, with little mention that the smoking specters were occupied by human beings.“⁷⁶ Telesko sieht hierin gar die exemplarische Ermordung der Opfer, die nicht als einzelne Individuen gesehen wurden, sondern als Verkörperung der US-Politik.⁷⁷ Diese Tendenz der Ignoranz und der Unsichtbarkeit der Opfer sollte bereits einen Vorgeschmack auf die mediale Berichterstattung in den darauffolgenden Kriegen in Afghanistan und im Irak darstellen.

Anfangs war einigen der Realitätscharakter der gezeigten Bilder aufgrund ihrer Surrealität nicht bewusst. Die Unwirklichkeit des Geschehens wurde vor allem durch das Fungieren New Yorks und Washingtons als Schauplätze zahlreicher Science Fiction- und Actionfilme unterstrichen. Diese in den Köpfen der Öffentlichkeit verankerten bekannten Muster des Actionthrillers und Katastrophenfilms trugen dazu bei, dass für viele die Realität der Anschläge anfänglich nicht greifbar war, und sie die Szenen der brennenden Türme für das Zeigen eines Spielfilmes⁷⁸ oder für eine Computersimulation⁷⁹ hielten.

Neben der physischen Unmittelbarkeit der Anschläge, spielte vor allem die Bildsprache der Fernsehbilder eine zentrale Rolle. Seeßlen und Metz sprechen von einer „visuellen Kriegserklärung“,⁸⁰ da die Bilder der Anschläge, um es mit einer Metapher auszudrücken, „mehr sagten als tausend Worte“. Die Anschläge figurierten nicht einen terroristischen Akt gegen das kapitalistische Amerika, gleichzeitig rüttelten sie durch die schmerzhaft Realität ihrer Bildhaftigkeit die Fernsehzuseher wach. Die Medienberichterstattung war zudem gekennzeichnet durch permanente Wiederholungen der immergleichen Bilder, um die Ereignisse für die Zuseher greifbar zu machen, und diese jedoch daraus resultierend gleichzeitig in einer gewissen Weise gegenüber den Geschehnissen abzustumpfen. „Das Unfassbare wird in der ständigen Wiederholung der Bilder schrittweise fassbar gemacht. [...] Jede Wiederholung trug zur zunehmenden Abstumpfung gegenüber dem Ereignis bei und

⁷⁶ Andersen, Robin. *A Century of Media, A Century of War*. New York/Wien u.a.: Lang 2006, S. 197

⁷⁷ vgl. Telesko. 11. September 2001. S. 200

⁷⁸ vgl. Bleicher, Joan Kristin. *Terror made in Hollywood in: Hitzler, Ronald/Reichertz, Jo (Hg.) Irritierte Ordnung. Die gesellschaftliche Verbreitung von Terror*. Konstanz: UVK 2003, S. 162

⁷⁹ vgl. Paul. *Bilder des Krieges*. S. 442

⁸⁰ vgl. Seeßlen, Georg/Metz, Markus. *Krieg der Bilder – Bilder des Krieges. Abhandlung über die Katastrophe und die mediale Wirklichkeit*. Berlin: Ed. Tiamat 2002, S. 10

übernahm die Funktion emotionaler Stabilisierung.⁸¹ Diese Abstumpfung führte zu einer gleichzeitigen Ikonisierung der Bilder, welche sich bald neben ikonisierten Fernsehbildern wie zum Beispiel jenen des Attentats auf John F. Kennedy wiederfanden. Erst durch diese sofortige Ikonisierung der brennenden und einstürzenden Zwillingstürme war es den Zusehern möglich, das Gesehene fassbar zu machen und zu verarbeiten.

Was der Mensch zunächst als völlig unbegreiflich erlebt und als radikalen Bruch mit jeder Normalität empfunden hat, versucht er auf diese Weise erzählend mit dem gewohnten Leben vor und nach dem Schicksalsschlag wie mit fragilen Brücken zu verbinden – und so das schockierende Erlebnis allmählich zu einem Teil der fassbaren Erfahrung machen. [...] Auf diese Weise wird es rasch im kollektiven Bewusstsein erkalten und sich leichter neben vielen anderen Ikonen als ein weiteres Zeichen an der Wand einordnen lassen.⁸²

Die Fernsehbilder ermöglichten es den Menschen also, die Terroranschläge als real zu begreifen. Die physische und mediale Präsenz der Anschläge barg jenen Realitätscharakter, welcher aufgrund der bisher bekannten und gewohnten Medienrealität vollkommen surreal erschien. „Der Anschlag hatte erstmals den traditionellen medialen Schutzschild durchbrochen, hinter dem sich das Publikum bislang verlässlich hatte verstecken können“.⁸³ Die ständigen Wiederholungen der Bilder trugen jedoch dazu bei, wie eben diskutiert, um das Ereignis bald seines Realismus zu berauben.

Selten war die Verquickung von Realität und medialer Vermittlung so offensichtlich, selten so verschlüsselt wie beim Anschlag auf das World Trade Center. Die Wirklichkeit war nur über das Fernsehbild zu begreifen, und mit jeder Wiederholung der Bilder von den implodierenden Türmen wurde die Wirklichkeit unwirklicher. Inzwischen ist das TV-Bild endgültig zum Symbol gefroren, der Schrecken ist hinter der Ästhetik des Schreckens zurückgetreten.⁸⁴

Die ständige Medienpräsenz der Terrorbilder hatte jedoch nicht nur deren Ikonisierung zur Folge, darüber hinaus entstand, so Bleicher, eine „Medialisierung des kollektiven Gedächtnisses“.⁸⁵ Demzufolge haben die Medien maßgeblichen Einfluss auf das kollektive Erinnern der Öffentlichkeit, da das Gedenken an die Ereignisse des 11. September größtenteils über das Abrufen von Medienbildern erfolgt, was im Ausblenden eigener Erfahrungen resultiert.

⁸¹ Bleicher. Terror made in Hollywood. S. 164

⁸² Wittstock, Uwe. Bilder des Terrors – Terror der Bilder. Welt Online, 15.09.2001, http://www.welt.de/print-welt/article475977/Bilder_des_Terrors_Terror_der_Bilder.html, Stand: 15.08.2011

⁸³ Paul. Bilder des Krieges. S. 246

⁸⁴ Heidkamp, Konrad. Und dazwischen ein bisschen Realität. Zeit Online, 14.03.2002, http://www.zeit.de/2002/12/Und_dazwischen_ein_bisschen_Realitaet, Stand: 10.12.2011

⁸⁵ Bleicher. Terror made in Hollywood. S. 170

2.1.2. Die mediale Inszenierung der Anschläge

Die Bilder des 11. September warfen nicht nur die Frage nach der Verwundbarkeit der USA auf. Vielmehr wurden bald Fragen nach den eigentlichen Urhebern der Anschläge laut, wobei die Medien, genauer genommen das Fernsehen, schon bald als Komplizen identifiziert wurden.⁸⁶ Denn ohne die in dieser Weise inszenierten Medienbilder, wäre das Ereignis 11. September nicht als solches in die Geschichte eingegangen. „Ohne diese mediale Aufladung des Ereignisses wäre der Anschlag des 11. September ein Attentat oder Luftschlag unter vielen geblieben.“⁸⁷

Bei den Anschlägen handelte es sich um den ersten, „live ausgestrahlten Massenmord der Geschichte“⁸⁸, bei dem die Medien zu Waffen umfunktionalisiert wurden und gleichzeitig dem Bild ein in der amerikanischen Bildlandschaft zu verschwinden drohender revitalisierter Realitätscharakter verliehen wurde. „Die Terroristen haben sich der Bilder bemächtigt, indem sie ihre Botschaft in der bildhaften Sprache inszeniert und gleichzeitig den Bildern die brutale Macht des Faktischen zurückgegeben haben, die vorher in massenmedialen Zurichtungen des *american way of picture* zu verschwinden drohte.“⁸⁹ Spinnt man diesen Gedanken weiter, kommt man jedoch unweigerlich zu dem Schluss, dass erst die Bilder es ermöglichten, die Medien zu Waffen umzufunktionalisieren. Denn erst durch die Bebilderung des Ereignisses erfolgt eine Komplizenschaft zwischen dem Bild und dem Realen.⁹⁰

Die mediale Inszenierungskraft der Bilder war es auch, die diese neuartige Form des Terrors überhaupt erst möglich machte. „Terror, wie ihn Amerika jetzt erlebt, wäre ohne eine solche moderne, fast allgegenwärtige Fernsehberichterstattung überhaupt nicht denkbar.“⁹¹ Weichert spricht in diesem Zusammenhang von visuell geprägtem „Aufmerksamkeitsterrorismus“,⁹² welcher durch mediale Inszenierung und Zuschauer-effekte bedingt war. Durch den Angriff auf die Zwillingstürme attackierten die Terroristen nicht nur die in den Türmen arbeitenden Menschen, sondern machten sich wissentlich die Komplizenschaft der Medien und die Symbolträchtigkeit der Türme zunutze, um die Moral der als auf der gesamten Welt unantastbar und mächtig geltenden USA zu untergraben.⁹³

Baudrillard wiederum spricht von „Phänomenen der Massenfaszination des 20. Jahrhunderts“⁹⁴, welche sich in den Bildern des Anschlages vereint und somit ihre Sichtbarkeit erlangt hätten. Diese Sichtbarmachung des Schreckens und des Todes in den

⁸⁶ vgl. Seeßlen/Metz. Krieg der Bilder. S. 20; S. 23

⁸⁷ Paul. Bilder des Krieges. S. 439

⁸⁸ Thompson, John B. Bilder als Komplizen. Zeit Online, 20.11.2001, http://www.zeit.de/2001/39_Bilder_als_Komplizen, Stand: 15.08.2011

⁸⁹ Schmitt, Axel. Die weiße Magie des Kinos und die schwarze Magie des Terrorismus. Gedanken zum 11. September 2001, Oktober 2002. http://literaturkritik.de/public/rezension.php?rez_id=5336, Stand: 15.08.2011 (Hervorh. des Autors)

⁹⁰ vgl. Baudrillard, Jean. Der Geist des Terrorismus. Wien: Passagen 2002, S. 45f.

⁹¹ Wittstock. Bilder des Terrors

⁹² vgl. Weichert, Stephan A. Aufmerksamkeitsterror 2001. 9/11 und seine Inszenierung als Medienereignis. In: Paul, Gerhard (Hg.) *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2008, S. 688

⁹³ vgl. Wittstock. Bilder des Terrors

⁹⁴ Baudrillard. Der Geist des Terrorismus. S. 31

TV-Bildern hatte gleichzeitig auch eine symbolische Kraft, welche vorerst von den zerstörten Türmen ausging. Diese Symbolhaftigkeit wurde jedoch unweigerlich durch die sich, wie bereits erwähnt, ständig wiederholenden Fernsehbilder dermaßen entkräftet, dass schon bald nichts mehr als die Bilder der Trümmer übrig blieben. „Das Fernsehen benötigte gerade einmal zwei Stunden, um die Bedeutung des World Trade Centers (WTC) und des Pentagons zu entleeren – und damit zwei in Stahl, Stein und Glas gebaute Zeichen der politischen, wirtschaftlichen und militärischen Macht“.⁹⁵ Diese aus zahlreichen Actionfilmen bekannten Muster der Zerstörung und Panik waren in den Köpfen der Zuseher bereits so tief verankert, dass die permanenten Wiederholungen der Terrorbilder eher einem Trailer für einen neuen Action-Blockbuster glichen, als der Abbildung eines tatsächlichen Ereignisses. „Die Bilder der zerstörten Twin Towers, der Panik und der Trümmer, die uns das Fernsehen in mantrahafter Wiederholung bot, schienen so sehr Kino, daß sie Gefahr liefen, sich von Wiederholung zu Wiederholung mehr zu entwirklichen. Als sähen wir den Trailer für den nächsten Demolition Blockbuster, der seine beeindruckendsten Effekte schon einmal vorführt.“⁹⁶ In diesem Zusammenhang meinten Seeßlen und Metz zudem treffend: „Die Tat war unvorstellbar, das Bild dazu war es ganz und gar nicht.“⁹⁷

Die aus den Anschlägen resultierende Bilderflut zeugte vom „Zwang des Medienapparats zur Bebilderung“⁹⁸ und trug zur „massenmedialen Konstruktion der Terroranschläge“⁹⁹ bei. Alleine die Existenz von Aufnahmen der Anschläge gipfelte in der Ikonisierung des Ereignisses und war verantwortlich für die Mediatisierung der Bilder als solche.

Dass sich die Bilder des 11. September so tief in das Gedächtnis der Bevölkerung eingegraben haben, verdankt sich natürlich dem Umstand, dass Aufnahmen vom unmittelbaren Hergang dieses Krisenereignisses überhaupt existieren. Nur deshalb konnte sich die Extremsituation in ein Medienereignis verwandeln, das alleine durch die Wucht der Bilder eine enorme Eigendynamik in den Massenmedien erhielt.¹⁰⁰

Bezugnehmend auf die eben geäußerten Meinungen könnte man behaupten, dass nicht die Ereignisse des 11. September selbst, sondern vielmehr die medial inszenierten und permanent wiederholten Bilder der Anschläge die Basis für die daraus resultierenden politischen und militärischen Konsequenzen darstellten.

Überpointiert ließe sich sagen, nicht Terroristen oder Verschwörer, sondern die Medien haben den 11. September inszeniert und die real verschiedenen Ereignisebenen zu einem

⁹⁵ Thompson, John B. Bilder als Komplizen. Zeit Online, 20.11.2011, http://www.zeit.de/2001/39/Bilder_als_Komplizen, Stand: 15.08.2011

⁹⁶ Seeßlen/Metz. Krieg der Bilder. S. 19

⁹⁷ ebd., S. 27

⁹⁸ Weichert. Aufmerksamkeitsterror 2001. S. 688f.

⁹⁹ siehe hierzu Weller. Die massenmediale Konstruktion der Terroranschläge. S. 15

¹⁰⁰ Weichert. Aufmerksamkeitsterror 2001. S. 690

„Gesamtattentat“ zusammengefügt. Die Realität der Bilder, nicht so sehr die Realität in Manhattan, wurde zur Folie, auf der Politiker und Militärs in der Folgezeit agierten.¹⁰¹

Kurze Zeit nach den Anschlägen und zahlreiche Sondersendungen später, war die Bildberichterstattung bereits durchzogen von filmischen Elementen. „Die Einzelereignisse wurden nun verstärkt in die kausale Abfolge von terroristischer Initiation, katastrophischem Ereignis und politischer Reaktion gebracht, Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft zu einer Chronologie verbunden und dem Chaos der Bilder damit eine weitere bekannte Struktur verpasst“.¹⁰² Durch dieses Zurechtschneiden und der daraus resultierenden Überdramatisierung der Bilder wurde bereits ein Schema erkennbar, welches sich später in der Bilddokumentation des Irakkrieges noch verdeutlichen sollte. Bilder wurden, wie in Kapitel 1.1.3. später noch näher ausgeführt wird, aus ihrem Kontext genommen und so inszeniert, dass sie eine entsprechende Funktion verfolgten, je nach Intention des Verwenders bzw. Manipulators.

Die Fokussierung auf den ästhetisierenden Wert der Bilder und die daraus resultierende Gesichtslosigkeit der Tragödie stieß nicht bei allen, vor allem nicht bei nicht-amerikanischen Kritikern, auf Zustimmung. So bemerkte die Redakteurin des „Index of Censorship“, Judith Vidal-Hall etwa: „The country that invented the ‚disaster movie‘ [...] cannot, it seems, bear very much reality [...] Death by terror does not have a face; only a symbol. It’s a new version of the body bag syndrome“.^{103 104}

Der Kontext der medial inszenierten Terrorbilder wurde bereits kurz nach den Anschlägen in seinem Aussagegehalt verfälscht und zu einem wirksamen Propagandainstrument bei der Legitimierung der den Anschlägen folgenden Kriege in Afghanistan und im Irak. Im Folgenden soll eine kurze Abhandlung über diese Dekontextualisierung der Bilder erfolgen sowie die Frage diskutiert werden, inwiefern die Bilder der Anschläge der US-Regierung speziell im Irakkrieg freie Hand bei der Kriegsführung ermöglichten.

2.2. Die Terrorbilder als militärische und mediale Propagandainstrumente

Der erste Schock der Anschläge wurde bereits kurz nach den Ereignissen durch einen erstarkten Patriotismus und Zusammenhalt innerhalb der amerikanischen Bevölkerung verdrängt. Einher mit diesem Patriotismusgefühl ging eine militärische und mediale Mobilisierung gegen die Urheber der Anschläge, die in der Dekontextualisierung der

¹⁰¹ Paul. Bilder des Krieges. S. 439

¹⁰² ebd. S. 441f.

¹⁰³ Vidal-Hall, Judith. Censoring reality In: Index of Censorship, Vol. 30, Iss. 4, 2001, Special Issue: The Silence of Madness, S. 6

¹⁰⁴ Das „body-bag-syndrome“ kann wie folgt definiert werden: A condition in which one's entire body should be sealed in a body bag, so that others needn't suffer to see it, <http://www.urbandictionary.com/define.php?term=body%20bag%20syndrome>, Stand: 15.08.2011

Terrorbilder resultierte und in Folge dessen die Bilder eine neue Lesart zugeschrieben bekamen. Nicht die Tat an sich wurde also von den Politikern als mobilisierendes Instrument verwendet, sondern vielmehr die Abbildungen darüber.

Mit der militärischen erfolgt die mediale Mobilmachung: Von Wiederholung zu Wiederholung verfeinert, erfuhren die Bilder, die den Anschlag auf die Wohnzimmer der Welt geführt hatten, in den Tagen darauf einen grundlegenden Bedeutungswandel. Unterlegt mit Monumentalmusik, kombiniert mit Aufnahmen trauernder Überlebender, jubelnder Palästinenser und eines Präsidenten, der auf den qualmenden Schutthügeln New Yorks stand, erschienen sie wie ein Ruf zu den Waffen.¹⁰⁵

Die emotionalisierende Kommentierung und Bebilderung der Ereignisse sahen auch Reynolds und Barnett als zielführende Methodik für die anschließende Kriegserklärung. „The unified support for a military, retaliatory response was clearly reinforced visually by the repeated arousing of the devastation and ‚horror‘ of the terrorist attacks.“¹⁰⁶

Seeßlen und Metz bezeichneten wie vorher erwähnt die Terroranschläge als visuelle Kriegserklärung, derer Bilder sich die US-Regierung im Anschluss bemächtigte, um einen „Feldzug gegen das Böse“ zu starten und zu rechtfertigen.

Der Krieg scheint durch die Bilder, und die Bilder scheinen durch den Krieg erklärt. Das Bild, das den Krieg, und der Krieg, der die Bilder erzeugt, fühlen sich jeweils zugleich als Systeme und als Kontrollinstanzen des anderen Systems. Im einen hat man jeweils das andere als Ausrede oder *back story*. Natürlich geht auch diese Gleichung längst nicht mehr auf.¹⁰⁷

Passend dazu haben Seeßlen und Metz festgestellt, dass nicht die Terroranschläge als Ereignis von Bedeutung waren, sondern die (politische und mediale) Reaktion darauf. „Nicht alleine der Einsturz der Twin Towers also mag das Ziel der terroristischen Aktion gewesen sein [...] sondern auch und vielleicht sogar mehr noch die Reaktionen darauf. [...] Die tragische Falle, in die man bei der Reaktion auf einen solch bildmächtigen Anschlag tappen muß, hatte man vorher schon weit geöffnet.“¹⁰⁸ Dies bestätigt Weller wenn er sagt: „Ihre (politische) Bedeutung gewannen die genannten Ereignisse jedoch nicht aus sich selbst, sondern aus den (politischen) Deutungen, die ihnen gegeben wurden, und den mit diesen Deutungen unmittelbar verbundenen (politischen) Reaktionen, die sich seit dem 11. September 2001 beobachten lassen.“¹⁰⁹ Die militärische und mediale Mobilmachung im

¹⁰⁵ Schuster. *Phantom des Terrors*

¹⁰⁶ Reynolds, Amy/Barnett, Brooke. „America under Attack“: CNN's Verbal and Visual Framing of September 11 In: Chermak, Steven et al. (Hg.) *Media Representations of September 11*. Westport, Conn. (u.a.): Praeger 2003, S. 96

¹⁰⁷ Seeßlen/Metz. *Krieg der Bilder*. S. 11, Hervorh. d. Autors

¹⁰⁸ ebd. S. 14

¹⁰⁹ Weller, Christoph. *Das Fernsehen und die politische Deutung der Ereignisse am 11. September Oder: Die Kriegserklärung des Gerhard Schröder* In: *Löffelholz, Martin. Krieg als Medienereignis. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2004, S. 258

Feldzug gegen „das Böse“ basierte darüber hinaus auf der „Nutzung etablierter Feindbilde für die Legitimation der geplanten Angriffe.“¹¹⁰

Auf welche Weise dies der USA, zumindest in den eigenen Reihen, gelang, und welche Methoden und Mittel verwendet wurden, um das amerikanische Volk von der Involviertheit Saddam Husseins Regime in die Terroranschläge auf New York und Washington D.C. zu überzeugen, soll nun im Folgenden gezeigt werden.

2.2.1. Mediale Desinformation vor dem Irakkrieg oder Die „Powell-Point-Präsentation“

Was wir von der Welt wissen, das wissen wir von unseren Medien, und was wir über unsere Medien wissen, das läßt uns zugleich gierig und verzweifelt nach der Existenz dieser Welt fragen.¹¹¹

Die Bush-Regierung machte sich, wie gerade ausgeführt, die von den Medien aufbereiteten Bilder des 11. September zur Legitimierung des „War on Terror“ in Afghanistan zu Nutze. Das Interessante, oder eher Absurde an der Situation war allerdings die Tatsache, dass sie sich die Bilder der Anschläge auch im Krieg gegen den Irak zueigen machte, obwohl man heute wie damals wusste, dass Saddam Hussein und die irakische Regierung nichts mit den Anschlägen zu tun hatte. Nichtsdestotrotz verstand es die Regierung, die Bilder, die die ganze Nation erschütterten, zu ihren Gunsten umzufunktionieren, um so die eigene Bevölkerung für den Krieg gegen das Regime Saddam Husseins zu mobilisieren.

Vor allem aber die Politik der Bush-Administration bemächtigte sich der Bilder der Katastrophe und funktionalisierte sie für den von ihr geplanten Feldzug gegen „das Böse“. Im Vorfeld des geplanten Irakkrieges wurden auf den Homepages US-amerikanischer Networks wie MSNBC die Bilder von Ground Zero in den bildlichen Kontext mit dem Regime in Bagdad gebracht.¹¹²

Doch nicht nur Bilder der Terrorattacken sollten die US-Bürger wie auch die restliche Welt von der Notwendigkeit des Krieges gegen den Irak überzeugen. Auch andere so genannte Fakten wurden von der US-Regierung präsentiert, um zu zeigen, mit welchem potentiell gefährlichem Feind man es zu tun hatte. Obwohl Berichte des US-amerikanischen Geheimdienstes besagten, dass es als „sehr unwahrscheinlich“ gälte, dass eine Verbindung zwischen al-Qaida und Saddam Hussein bestehe, wurde dies von der Regierung in genau umgekehrter Weise der Öffentlichkeit verkauft.¹¹³ Auch die Existenz der berühmt berüchtigten Massenvernichtungswaffen, über die der Irak angeblich verfügte, wurde von

¹¹⁰ Bleicher, Joan Kristin. Lesarten des Wirklichen. Narrative Strukturen der Live-Übertragung vom 11. September 2001 In: Beuthner, Michael et al. (Hg.) *Bilder des Terrors – Terror der Bilder? Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September*. Köln: Halem 2003, S. 71

¹¹¹ Seeßlen/Metz. *Krieg der Bilder*. S. 45

¹¹² Paul. *Bilder des Krieges*. S. 449

¹¹³ vgl. Aust, Stefan/Schnibben, Cordt (Hg.) *Irak. Geschichte eines modernen Krieges*. München: Deutsche Verlags-Anstalt 2003, S. 28

den UNO-Inspektoren nie nachgewiesen. Dies versuchte der damalige US-Außenminister Colin Powell in einer Rede vor Vertretern der Vereinten Nationen zu widerlegen. Mittels Powerpoint-Präsentation und einiger wenig aussagekräftiger Bilder versuchte er, die gezielte Täuschung der UNO-Inspektoren hinsichtlich der Präsenz von Massenvernichtungswaffen zu belegen. Dabei machte er sich primär Bilder zunutze, deren mangelnde Aussagekraft er durch verbale Beschreibungen zu übertünchen gedachte. „Colin Powells Einsatz der Bildmedien in der politischen Auseinandersetzung um die Legitimität des Krieges habe (...) gezielt die Wirkungsmacht technischer Bilder einkalkuliert“.¹¹⁴ Trotz der mangelnden Beweiskraft der vorgelegten vermeintlichen Fakten, bot die Präsentation Powells für viele Medien Grund genug, um sich auf die Seite der USA zu schlagen und den Krieg gegen den Irak zu propagieren. Einige wenige Medien durchschauten allerdings das Spiel, woraufhin das Spektakel just als die „Powell-Point-Präsentation“¹¹⁵ titulierte wurde.

Dieses sorgfältig aufbereitete und den Medien verkaufte Lügen- und Propagandakonstrukt der US-Regierung zeigte dennoch Wirkung. Im Frühjahr 2003 war mehr als die Hälfte der US-Amerikaner davon überzeugt, dass Saddam Hussein hinter den Anschlägen des 11. September steckte. Ende August 2003 waren es angeblich sogar 69 Prozent.¹¹⁶ Betrachtet man diese Propagandamechanismen in einem anderen Licht, werden die Massenmedien als Kollaborateure dieser propagandistischen Öffentlichkeitsarbeit der US-Regierung erkennbar. Ohne das Mitwirken der Medien an der eben geschilderten Inszenierung hätten diese nämlich wohl nie dermaßen große Auswirkungen auf die öffentliche Meinung gehabt. Wie bereits das Eingangszitat von Seeßlen und Metz besagt, wird unsere Auffassung von Wahrheit und Wirklichkeit stark von den in den Medien präsentierten Informationen und Fakten beeinflusst. Somit ist es nicht weiter verwunderlich, dass die Kriegsberichterstattung im Irakkrieg jenen abstrakten Charakter annahm, über welchen im Folgenden berichtet werden soll.

2.3. Der Irakkrieg als mediales Actionspektakel

Experten sind sich darüber einig, dass die USA versuchte, den Angriff auf den Irak im Frühjahr 2003 mehr oder weniger als Action-Spektakel zu inszenieren. Die teils extra für die Kamera arrangierten Bilder und Szenen waren Teil jenes Medienkrieges, welcher aufgrund seiner Surrealität bald an Glaubwürdigkeit und Seriosität verlor und zu schierem Entertainment degradiert wurde.

¹¹⁴ zit. in Paul, Gerhard. *Der Bilderkrieg. Inszenierung, Bilder und Perspektiven der „Operation Irakische Freiheit“*. Göttingen: Wallstein 2005, S. 36

¹¹⁵ ebd. S. 39

¹¹⁶ vgl. Grobe-Hagel. *Irakistan*. S. 7

Auf Erfahrungen aus dem Entertainment (sic!) zurückgreifend versuchten die Amerikaner ihren Feldzug gegen Saddam Hussein nach einem detaillierten Script à la Hollywood als Action-Film – besser noch –, als Show zu inszenieren. Dazu gehörten detailliert festgelegte Szenen und Schauplätze, ein gigantisches Feuerwerk gleich zu Beginn, überraschende Showeinlagen, ein genau arrangiertes Bühnenbild, dramaturgische Höhepunkte und der triumphale Sieg des amerikanischen Helden als grandioses Finale.¹¹⁷

Auch Rutherford stimmt dem Vergleich der Kriegsinszenierung zu, wenn er auf die Ähnlichkeiten der Kriegsmaschinerie mit den aus James-Bond-Filmen bekannten Mustern hinweist. Er meint, wie auch in den Bond-Filmen würden George W. Bush als auch Saddam Hussein die stereotypisierten Protagonisten der Agentenfilme verkörpern. Auf der einen Seite findet man den „toughen“ Helden, welcher dem immergleichen Bösewicht gegenübersteht, der meist als größtenwahnsinnig und durch und durch böse dargestellt wird. So absurd der Vergleich auf den ersten Blick auch scheinen mag, bietet Rutherford einige interessante Argumente, welche die Beziehung zwischen den Bond-Filmen und dem Irakkrieg durchaus plausibel erscheinen lassen. So zeichnen sich James Bond-Filme zum Beispiel durch die Kaltblütigkeit des Killers aus, welcher keine Skrupel gegenüber Gewalt zeigt, diese allerdings nie auf dem Bildschirm sichtbar wird.

Instead, 007 was surrounded by the signs of hi-tech, a computer, a digital map, huge video screens, a space vehicle. (...) He might leave some bodies at the wake. But the most common results of conflict were gorgeous explosions, enormous eruptions of white and orange cloud signifying the demolition of some machine or citadel.¹¹⁸

Die mediale Berichterstattung des Angriffes auf den Irak unterschied sich nur unwesentlich von den eben beschriebenen TV-Bildern. Durch die gezielte Einbettung von Journalisten, auf deren Rolle später noch detaillierter eingegangen wird, und die Filterung der der Öffentlichkeit zugänglich gemachten Bilder, stellte die US-Regierung sicher, dass zwar genügend Bilder von der Front zur Verfügung standen, diese allerdings aufgrund mangelnder Opferbilder und Fokussierung auf Abbildungen angegriffener Gebäude und angeblicher al-Qaida-Verstecke ebenso wie die Bond-Filme auf Action, allerdings nicht auf Informationsgehalt setzten. Die Bush-Administration bewies großes Geschick, als es um die Propagierung und das Verkaufen des Krieges an die Öffentlichkeit ging.

The Bond pictures were a foretaste of the coverage of the invasion of Iraq. [...] Saddam Hussein certainly fitted the stereotype of the cruel villain. [...] Plus there was plenty of neat weaponry, explosions, and derring-do in the invasion itself. Indeed, the Bond phenomenon was an indicator of what would work on the audience, how war could be positioned so that it was made palatable, even enjoyable, to a large body of spectators. Again pop culture, a sometimes laboratory of politics, had pointed the way to making war both a public and a private good, a moral product that might also serve as a source of entertainment.¹¹⁹

¹¹⁷ Paul. Der Bilderkrieg. S. 47

¹¹⁸ Rutherford, Paul. *Weapons of Mass Persuasion. Marketing the War against Iraq*. Toronto u.a.: Univ. of Toronto Press 2004, S. 21

¹¹⁹ ebd. S. 21

Trotz dieser Inszenierung der Bilder mangelte es von Seiten der amerikanischen Berichterstattung also primär an einem: Opfern. Der Krieg wurde durch eine gezielte Auswahl an Bildern sozusagen „reingewaschen“.¹²⁰ Den Zuschauern wurde zwar durch die Bilder von Explosionen und dem Zeigen vereinzelter militärischer Einsätze der Eindruck vermittelt, einen unzensurierten Krieg vor sich zu sehen, aufgrund des Mangels an Bildern der Kriegsoffer, sei es auf amerikanischer oder irakischer Seite, verlieh diese Form der Berichterstattung dem Krieg jedoch ein Gesicht der Willkür.

2.3.1. Der Inszenierungscharakter des Krieges oder Der Krieg als Medienereignis

In Zeiten der Technologisierung gilt es, die Objektivität und den Realitäts- bzw. Informationsgehalt von Kriegsberichterstattungen immer mehr zu hinterfragen. Darüber hinaus stellt sich die Frage, inwiefern im heutigen Medienzeitalter noch der Krieg, und nicht die Bilder des Krieges an vorderster Front stehen, bzw. der Krieg als Ereignis an sich für die Medienwelt arrangiert wird. „der krieg wird für die medienwelt inszeniert. dazu sind bilder unerlässlich. sie müssen nicht von realität handeln, sondern diese vorgeben.“¹²¹ Diese Argumentation Ingrubers stellt im Zusammenhang mit dem vorliegenden Thema einen sehr interessanten Aspekt dar, da sich in der Folge die Frage stellt, inwiefern Kriege als Ereignisse selbst noch existieren, und in welchem Ausmaß diese ein Produkt der Medien sind. „während die kriegsbilder projiziert werden, verschwindet die vorstellung vom krieg. so geht es nicht darum zu produzieren. Es liegt alles in der Kunst des Verschwindens“.¹²²

Paul sieht den aktuellen Irakkrieg ebenfalls als eine rigorose Inszenierungskampagne, worunter vor allem der Aspekt der Realität leidet. Die vielzitierte Aussage Aischylos' „Das erste Opfer des Krieges ist die Wahrheit“ wird von Paul insofern als überholt dargestellt, als es dem Menschen in der heutigen Zeit vielmehr an der Fähigkeit mangelt, „die Realität in Kriegszeiten wahrzunehmen.“¹²³

An dieser Stelle sei auf ein interessantes Zitat von Hillgärtner hingewiesen, welches besagt, dass es in Zeiten von Bilderkriegen permanent schwieriger werde, „zwischen dem Krieg und seiner bildlichen Darstellung zu unterscheiden.“¹²⁴ Auch sie vertritt die Meinung, dass es aufgrund der neu gelebten Medien- und Informationspolitik für den Zuschauer zunehmend schwieriger wird, zwischen Wahrheit bzw. Realität und Simulation in der Berichterstattung zu unterscheiden. Legt man darüber hinaus ihre Bemerkung, die Bildmedien dienten von Anfang an als „effektive Waffe“ im Kriegseinsatz und stellten ein „Ziel

¹²⁰ vgl. Rutherford. *Weapons of Mass Persuasion*. S. 90

¹²¹ Ingruber, Daniela. *der blick als waffe. manipulation von und durch kriegsphotographie*. Wien: Univ. Diss. 2007, S. 153. Hervorhebung d. Autors

¹²² ebd.

¹²³ Paul. *Der Bilderkrieg*. S. 47

¹²⁴ Hillgärtner, Jule. *Wie Medien sich im Krieg darstellen. Über Fotografie und Live-Video*. In: Glunz, Claudia/Schneider, Thomas F. *Wahrheitsmaschinen. Der Einfluss technischer Innovationen auf die Darstellung und das Bild des Krieges in den Medien und Künsten*. Göttingen: V&R Unipress 2010, S. 95

der Kriegsplanung“¹²⁵ dar, auf die Fernsehzuseher um, kann ihre Aussage auch in anderer Hinsicht gedeutet werden. So dienen die Bildmedien einerseits zwar als Mittel der Kriegsführung, andererseits werden sie auch zur gezielten Irreführung der Medienkonsumenten eingesetzt, um vom Krieg als Ereignis abzulenken und den Fokus auf Kriegsbilder zu lenken, welche wenig mit dem Kriegsverlauf selbst gemein haben. Der Krieg wurde somit zu einem Medienspektakel umfunktioniert, welches nur mehr wenig mit authentischer Berichterstattung zu tun hatte.

Beham hat hinsichtlich der immer deutlicher werdenden Politik der Desinformation in Krisenzeiten bereits vor mehr als einem Jahrzehnt die Ursprünge dieses Problems erkannt. So werde Nachricht in Folge des Konkurrenzkampfes der Medien und der Marktgesetze als Ware gehandelt, „deren Herstellung und Verbreitung von sachfremden Kriterien bestimmt ist [...] So gesehen ist Krieg ein Mediengeschäft, das von Dramatisierungen lebt und teilweise willkürlich produzierte Bilder und Urteile in der öffentlichen Meinung verankert.“¹²⁶

2.3.2. Der Krieg der Symbole

Die Kriegsbilder von der irakischen Front waren von Anfang an geprägt von einer starken Symbolträchtigkeit, die bereits von den bedeutungsschwangeren Bildern der Anschläge des 11. September bekannt war. Man könnte vielleicht sogar behaupten, es handelte sich dabei um einen Krieg der Symbole, welcher die Mystifizierung des Krieges zur Folge hatte. Keeble drückt es etwas extrem aus, wenn er sagt, so etwas wie den Golfkrieg im Jahre 2003 hätte es nicht gegeben.

There was no war in the Gulf in 2003. Rather, a myth of heroic, spectacular warfare was manufactured, in large part, as a desperate measure to help provide a *raison d'être* for the (increasingly out-of-control) military industrial complexes in the US and UK.¹²⁷

Tatsächlich standen im aktuellen Irakkrieg, wie bereits des Öfteren erwähnt, eher die Macht und die Aussagekraft der Kriegsbilder, als die Kriegsgeschehnisse an sich im Vordergrund der Berichterstattungen und folglich des öffentlichen Interesses.

Das Posieren George W. Bushs auf dem Flugzeugträger „U.S.S. Lincoln“ in Folge des Sturzes der Saddam Hussein Statue in Bagdad stellte zwar das offizielle Ende der militärischen Interventionen im Irak dar, gleichzeitig aber auch den Beginn eines Krieges der Symbole. „It was the choreographed final sequence of a narrative of invasion that turned

¹²⁵ Hillgärtner. Wie Medien sich im Krieg darstellen. S. 95

¹²⁶ Beham, Mira. Kriegstrommeln. S. 231f.

¹²⁷ Keeble, Richard. Information warfare in an age of hyper-militarism. In: Allan, Stuart/Zelizer, Barbie. *Reporting War. Journalism in wartime*. London/New York: Routledge 2004, S. 43

battle into entertainment in real time and took the representation of war to a new level – one of stagecraft on a grand scale.“¹²⁸

Dieses Auftreten George W. Bushs wurde auf dieselbe Weise inszeniert wie auch der Sturz der Saddam-Statue in Bagdad, ein Ereignis, das nicht entsprechend der aus den Medien bekannten Bildern stattgefunden hatte. „Die direkt übertragenen TV-Szenen bildeten eine Wirklichkeit ab, die so nur aus der Sicht einer Fernsehkamera auf die Bildschirme übertragen wurde, die ziemlich andere Realität der Umgebung aber ausblendete.“¹²⁹ Der amerikanische Beistand beim Sturz der Saddam-Statue war in den Bildern genauso wenig zu sehen wie die Tatsache, dass es sich bei der, wie es schien üppigen Masse an befreiungseifrigen Irakern lediglich um eine kleine Gruppe handelte. All dies hätte nicht in das von der US-Regierung vorgesehene Bild der Selbstbefreiung gepasst.¹³⁰

Diese exzessive Glorifizierung der Konfliktsymbole hatte ihren Ursprung wohl in der Tatsache, dass die USA mittels solcher Bilder den, rational betrachtet, nicht gerechtfertigten Krieg zu legitimieren versuchte. Die von der US-Regierung genannten Gründe für einen nötigen Krieg gegen den Irak haben sich nie bewahrheitet, was es im Anschluss an den Angriff auf Bagdad notwendig machte, mittels für-sich-sprechender Bilder den humanitären Aspekt des Militärschlages zu unterstreichen und zu belegen. Dies resultierte wiederum im „myth-making“ des Krieges, was erst mit Hilfe der Medien vereinfacht bzw. möglich wurde. „The mainstream media, in effect, manufactured the myth of war.“¹³¹

2.4. Mediale Desinformation und Propagandamechanismen der amerikanischen TV-Sender

Im Falle der Kriegsberichterstattung im Irakkrieg unterwarfen sich die amerikanischen Medien in ihrem erstarkten Patriotismus mehr oder weniger freiwillig einer Selbstzensur.¹³² Obwohl es, wie in Kapitel 1.6. noch detaillierter ausgeführt wird, der Regierung gemäß dem First Amendment untersagt ist, die Pressefreiheit in irgendeiner Weise zu beeinflussen, kann dies vor allem in Kriegszeiten nicht für bare Münze genommen werden.

Da der Großteil der ausländischen bzw. nicht US-amerikanischen Reporter vor Kriegsbeginn den Irak aus Angst vor gezielten amerikanischen Angriffen auf ihre Unterkünfte verließen, sicherten sich die großen amerikanischen TV-Sender eine Monopolstellung direkt an der Front.¹³³ Durch die hohe Anzahl an Reportern, die sich größtenteils aus den USA stammend im Irak wiederfanden, versuchte die US-Regierung ihrer Bevölkerung das Gefühl des uneingeschränkten und unzensierten Informationszuganges zu vermitteln. Auf den

¹²⁸ Andersen. A Century of Media. S. 227

¹²⁹ Grobe-Hagel. Irakistan. S. 66

¹³⁰ vgl. ebd.

¹³¹ Keeble. Information warfare. S. 44

¹³² vgl. Rötzer, Florian. Wahrheit und Lüge. Die freien Medien und der Generalverdacht gegenüber der Information In: Palm, Goedart/Rötzer, Florian (Hg.) *MedienTerrorKrieg. Zum Kriegsparadigma des 21. Jahrhunderts*. Hannover: Heise 2002, S. 140

¹³³ vgl. Moor, Franz. Die Medien als erstes Ziel. US-Regierung schießt sich den Weg zum Krieg frei. WoZ 13.03.2003, <http://www.woz.ch/archiv/old/03/11/1225.html>, Stand: 11.12.2011

ersten Blick scheint dies auch nicht anders möglich zu sein, da durch die Berichterstattung von „eingebetteten Journalisten“, so genannten *embedded journalists* (kurz: *embeds*) der Eindruck entstand, dass dem Publikum aus dem Blickwinkel dieser Journalisten nichts verborgen bleiben konnte. Wie sich jedoch im nächsten Punkt zeigen wird, war dies nicht ganz der Fall.

Die Live-Berichterstattungen inklusive Live-Bildmaterial während des Irakkrieges vermittelten den Fernsehzusehern ein Gefühl des „Mit-dabei-Seins“. Es handelte sich um den ersten Live-Krieg der Geschichte, einerseits aufgrund der Exklusivität seiner Bilder, andererseits aufgrund der Tatsache, dass er es ermöglichte, den GIs, dank der *embeds*, auf Schritt und Tritt zu folgen und die Zuseher so ständig über das Kriegsgeschehen auf dem Laufenden zu halten. „[...] ‚the real-time war‘, a war brought live and brought constantly into the living rooms and bedrooms of the whole world via television. You could now experience war as it was happening.“¹³⁴

Dieser Schein des nach außen hin frei zugänglichen Schlachtfeldes trog jedoch. Die zuvor kurz erwähnten Maßnahmen der US-Regierung, ausländische Journalisten dermaßen einzuschüchtern, dass diese vor Kriegsbeginn das Land verließen, zeugte bereits von einer klug durchstrukturierten Propagandamaschinerie. Trotz dieser Maßnahmen war die Berichterstattung geprägt von nicht-amerikanischen Perspektiven, unter anderem vonseiten des arabischen Senders Al-Jazeera, auf den später noch genauer eingegangen wird. Diese Konkurrenzsituation zwischen amerikanischen und nicht-amerikanischen Sendern löste eine wahre Bilderflut aus. „Nicht mehr die Beschaffung, sondern die Auswahl der Bilder war das Problem. Und dann ging es um deren Einordnung und Kommentierung.“¹³⁵

Für die Frage nach der Visualität des Krieges ist von besonderer Bedeutung, dass die verstärkte Konkurrenzsituation eine exzessive Bebilderung des Krieges zur Folge hat. Die Visualisierung der Nachricht wird soweit wie möglich maximalisiert, der Wechsel der Bilder hat sich dynamisiert und erweitert.¹³⁶

Im Vorfeld des Krieges sollten jedoch nicht nur ausländische Journalisten, sondern auch die irakische Regierung selbst durch mediale Maßnahmen dermaßen eingeschüchtert werden, so dass dieser, so zumindest die US-Regierung, gar nicht erst stattfinden hätte müssen. Soweit kam es, wie heute bekannt, nicht – der angekündigte Enthauptungsschlag der USA blieb aus. Die vor eigentlichem Kriegsbeginn verbreitete Stimmung der Bedrohung und Angst erzielte dennoch ihre Wirkung.

¹³⁴ Rutherford. *Weapons of mass persuasions*. S. 79

¹³⁵ Tilgner, Ulrich. *Der inszenierte Krieg. Täuschung und Wahrheit beim Sturz Saddam Husseins*. Berlin: Rowohlt 2004⁵, S. 190

¹³⁶ Schwinghammer, Alexander. Interagierende Bildmaschinen zwischen Kontinuität und Veränderung. Überlegungen zur medialen Einbettung der Kriegsberichterstattung. In: Glunz, Claudia/Schneider, Thomas F. *Wahrheitsmaschinen. Der Einfluss technischer Innovationen auf die Darstellung und das Bild des Krieges in den Medien und Künsten*. Göttingen: V&R Unipress 2010, S. 71

Der Prolog des geplanten Krieges jedenfalls hatte weltweit eine Stimmung der Angst und Einschüchterung produziert und für viele Menschen den Krieg gegen Saddam Hussein als notwendig und gerechtfertigt erscheinen lassen. Den Prolog hatten die USA für sich entschieden.¹³⁷

Die Medienpolitik des Irakkrieges zeichnete sich vor allem durch eine übermäßige Bebilderung des Kriegsschauplatzes aus. Doch die exzessive Bebilderung eines Ereignisses, so stellt auch Zelizer fest, ist nicht automatisch gleichzusetzen mit einem erhöhten Informationswert. „While it is generally agreed that more photographs than in peacetime, more images of wartime do not necessarily mean more information about war.“¹³⁸

Teil dieser Übermacht der nichtssagenden Bilder waren Inszenierungen von Heldengeschichten, welche einerseits zum Unterhaltungsfaktor beitragen sollten, andererseits jedoch auch die Funktion hatten, das Mitgefühl der Daheimgebliebenen mit den US-amerikanischen Soldaten zu stärken.¹³⁹

Doch an dieser gezielten Desinformation sei nicht der US-Regierung und den Medienanstalten alleine die Schuld zu geben. Erst das anscheinend vorherrschende Desinteresse der Bevölkerung an echten Wahrheiten, schien diese Form von inszenierter Bilderpolitik in den Massenmedien überhaupt erst möglich zu machen.¹⁴⁰

2.4.1. Embedded Journalists

Zu Beginn dieses Kapitels soll eine kurze Begriffsdefinition Einblick darüber geben, worum es sich bei *embedded journalists* handelt und worin ihre Aufgaben im Zusammenhang mit Krisenberichterstattung bestehen.

Kunzick definiert *embedded journalism*, also „eingebetteten Journalismus“ bzw. *Einbettung* generell, als „Integration von Journalisten in militärische Strukturen.“¹⁴¹ Ziel dieses eingebetteten Journalismus ist nicht Objektivität, sondern vielmehr die Sicherheit der Soldaten und eine „freundliche“ Berichterstattung. „Journalisten sollen als Instrumente militärischer Informationspolitik dienen.“¹⁴²

Um den US-Bürgern nicht, so wie im Zweiten Golfkrieg, jegliche Informationen von der Kriegsfrente vorzuenthalten, beschloss die US-Regierung also vor dem Einmarsch in den Irak, Journalisten an die Seite von Soldaten zu positionieren, und somit dem Publikum einen Einblick in das Kriegsgeschehen vor Ort zu bieten. Diese Methode überraschte, entsprach

¹³⁷ Paul. Der Bilderkrieg. S. 46

¹³⁸ Zelizer, Barbie. When War is Reduced to A Photograph In: Allan, Stuart/Zelizer, Barbie. *Reporting war. Journalism in wartime*. London/New York: Routledge 2004, S. 121

¹³⁹ Eine dieser Heldengeschichten war jene von Jessica Lynch, deren vermeintliche Gefangennahme durch irakische Rebellen medial aufgebauscht wurde, es sich jedoch später herausstellte, dass die Geschichte lediglich Teil des amerikanischen Propagandakonstruktes war. Siehe hierzu: Dorsch-Jungsberger, Petra. Jessica Lynch: Die inszenierte Kriegsheldin In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hg.) *War Visions. Bildkommunikation und Krieg*. Köln: Halem 2005, S. 333-355

¹⁴⁰ vgl. Rutherford. Weapons of mass persuasion. S. 80

¹⁴¹ Kunzick, Michael. Embedded Journalism. In: Nöring, Hermann u.a. (Hg.) *Bilderschichten. 2000 Jahre Nachrichten aus dem Krieg. Technik – Medien – Kunst*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2009, S. 350

¹⁴² ebd.

sie doch so gar nicht der für die USA sonst so üblichen Zensurpolitik in Kriegszeiten.¹⁴³ Die Idee an sich war allerdings nicht neu, die Geschichte der Kriegskorrespondenten reicht wie bereits im 1. Kapitel festgestellt wurde, über mehrere Jahrhunderte zurück. Das im Irakkrieg angenommene Ausmaß, gleich mehrere hundert Journalisten an die Front zu schicken, war allerdings neu.¹⁴⁴

Entgegen den möglichen Erwartungen des Publikums, unzensierte und intime Berichterstattung live von der Seite der Soldaten geliefert zu bekommen, waren die *embeds* zahlreichen Regelungen und Vorschriften unterstellt, welche ihnen eine objektive Berichterstattung unmöglich machte. So wurden sie zum Beispiel daran erinnert, sich an die allgemeinen Regeln der Kriegsberichterstattung zu halten. Demnach war es ihnen unter anderem untersagt, über bevorstehende Operationen zu berichten und die eigenen Soldaten durften, wie bereits erwähnt, durch die Berichterstattung nicht in Gefahr gebracht werden. In erster Linie ging es also darum, dem Gegner potentiell wichtige Informationen vorzuenthalten.¹⁴⁵

Die ständige Präsenz von Journalisten und Kameras an der Seite der Kampftruppen hatte jedoch zur Folge, dass es infolge von mangelnder kämpferischer Auseinandersetzungen nicht unüblich war, Kampfeinsätze zu simulieren und dem Publikum als reales Ereignis zu verkaufen. „Wo es nichts oder wenig zu sehen gab, schuf man seinen eigenen Krieg. Wie in allen Kriegen zuvor produzierte auch der Irakkrieg typische Fakes vom Kriegsschauplatz, so wenn Kampfszenen eigens für Fernsehteams inszeniert wurden.“¹⁴⁶

Ein zusätzlicher Störfaktor, welcher von vielen kritisiert wurde, war die Tatsache, dass aufgrund der körperlichen Nähe zu den amerikanischen Soldaten viele Journalisten dazu neigten, weniger kritisch über den Krieg und dessen Operationen zu berichten. Dies galt nicht nur für die „patriotischen“ Amerikaner, sondern auch für ausländische Journalisten.¹⁴⁷ Dies wurde besonders durch die Wortwahl der Journalisten selbst verdeutlicht, als diese nach gewisser Zeit auf die (nötige) Distanz zwischen ihnen und den begleiteten Soldaten verzichteten, und von nun an nur mehr von „we“ sprachen. „Embeds inevitably became adjuncts to the forces.“¹⁴⁸

Die amerikanische Regierung hatte es durch diesen Schritt, Journalisten an die Seite von Soldaten zu positionieren und somit den Anschein zu erwecken, unzensierte Informationen von der Front zu vermitteln geschafft, nicht nur die Öffentlichkeit, sondern auch viele Journalisten selbst zu täuschen. „It is certainly true to say that it is new to see

¹⁴³ vgl. Lehming, Malte. Wir lieben die Amerikaner. Der Tagesspiegel, 01.03.2003, <http://www.tagesspiegel.de/medien/wir-lieben-die-amerikaner/394034.html>

¹⁴⁴ vgl. Kunzick. Embedded Journalism. S. 350

¹⁴⁵ vgl. Lehming. Wir lieben die Amerikaner

¹⁴⁶ Paul. Der Bilderkrieg. S. 84

¹⁴⁷ Schön, Gerti. Fernsehgrüße von der Front. Welt Online, 24.02.2003, http://www.welt.de/print-welt/article414776/Fernsehgruesse_von_der_Front.html, Stand: 15.08.2011

¹⁴⁸ zit. in Keeble. Information warfare. S. 50

footage of war so up-close but it is a key part of the propaganda war to claim that this makes it „real“.¹⁴⁹

Dieses Verkaufen des Realitätsfaktors vonseiten der US-Regierung mithilfe des Einsatzes von *embedded journalists* basierte auf dem vermeintlichen Vermitteln von Objektivität in der Berichterstattung. Kritik an diesem System vonseiten der Berichtersteller selbst war unerwünscht. Journalisten, welche diese Form der Berichterstattung hinterfragten, mussten mit Konsequenzen rechnen. So wurde Michael Wolff, Schreiber für das *New York Magazine*, als unpatriotisch beschimpft, als dieser den Sinn seines Einsatzes an der Front öffentlich hinterfragte.¹⁵⁰

Diese nach außen unsichtbare Form der Zensur entspricht jedoch nur bedingt der amerikanischen Verfassung, welche eine unbeeinflusste Presse- und Meinungsfreiheit vorsieht. Nachstehender Punkt soll kurz die in Kriegszeiten entstehenden Kontroversen von Zensur und Pressefreiheit analysieren.

2.5. Kontroversen der US-amerikanischen Meinungs- und Pressefreiheit

Die amerikanische Verfassung, unterzeichnet im Jahre 1787, bildet den Grundstein der amerikanischen Demokratie. Den ersten Paragraphen der Verfassung stellt das „First Amendment“ dar, welches unter anderem die Grundrechte der amerikanischen Bevölkerung wie Rede- und Pressefreiheit sowie Religionsfreiheit bestimmt. Hinsichtlich der Rede- und Pressefreiheit steht geschrieben, dass eine gesunde Gesellschaft auf der Wahrheit basiere, was wiederum eine freie Meinungsäußerung voraussetze.

The Framers of the First Amendment felt that America's survival depended on people being able to learn truth. They understood that people armed with the truth are people who can make wise decisions about their lives and about all other matters. They believed that the best way for people to learn truth is by having as few limits as possible on what can be said or written. That is why in the United States you can say almost anything you want. *Almost anything*.¹⁵¹

Wie Smith bereits durch seine Hervorhebung des Wortes *almost* betont, ist die Definition der amerikanischen Rede- und Pressefreiheit eine willkürliche, deren detailliertere Erläuterung den Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen würde. An dieser Stelle sei lediglich darauf hingewiesen, dass die amerikanische Bevölkerung zwar in dem Glauben lebt, in ihrem Land herrsche beinahe uneingeschränkte Meinungsfreiheit und die Medien dürften annähernd alles auch noch so Kritische publizieren. Wie jedoch die aktuelle Berichterstattung im Irakkrieg zeigt, existieren nur wenige Medien, welche nicht in irgendeiner Art und Weise von der Regierung beeinflusst sind. So machen zum Beispiel Reynolds und Barnett auf die

¹⁴⁹ zit. in Keeble. *Information warfare*. S. 50

¹⁵⁰ vgl. ebd. S. 50

¹⁵¹ Smith, Rich. *The First Amendment: The Right of Expression*. Edina: ABDO 2008, S. 16, Hervorhebung d. Autors

ambivalente Berichterstattung CNNs während des Irakkrieges aufmerksam, wo nur wenig kritisch über den Krieg berichtet wurde.

CNN's sources repeatedly connected the keyword „America“ with freedom and other American ideals, which included the implied notion that it would be un-American to voice political dissent given the magnitude of the day's event. This, of course, runs contrary to First Amendment values and ideals, yet it was clearly tied to notions of what it means to be a „good“ American. By this definition, good Americans stand united and always support the views of the president in times of crisis.¹⁵²

Ein Sender, welcher sich offenkundig der Objektivität verschrieben hat und darauf abzielt, eigene wie auch gegnerische Meinungen in den Mittelpunkt der Berichterstattung zu stellen, ist der arabische Sender Al-Jazeera. Ob trotz guter Absichten eine objektive Berichterstattung in Krisenzeit aber überhaupt möglich ist, soll im Folgenden diskutiert werden.

2.6. Im Zeichen der Objektivität – Die Berichterstattung Al-Jazeeras

Ein erster Schritt in Richtung objektive und von der Regierung unbeeinflusste Berichterstattung aus dem Kriegsgebiet boten die Beiträge des arabischen TV-Senders Al-Jazeera.

Wie bereits erwähnt, konzentrierte sich die amerikanische Medienberichterstattung primär auf die Perspektive amerikanischer Soldaten und der sie begleitenden Journalisten, während die Sichtweisen der ansässigen Bevölkerung zumeist völlig außer Acht gelassen bzw. in einer Art und Weise behandelt wurde, wie sie am ehesten dem amerikanischen, propagandistischen Zweck der Kriegsberichterstattung entsprach. Zudem stellte die Präsenz Al-Jazeeras an vorderster Front insofern eine Neuheit dar, als zum ersten Mal ein Krieg am Golf vonseiten eines arabischen Senders präsentiert wurde. Im Gegensatz zum Zweiten Golfkrieg, sollte dieses Mal ein kritischer arabischer Blickwinkel auf den Krieg geboten werden, um einen Gegenpol zu der sonst von den westlichen Medien dominierten Berichterstattung zu liefern.¹⁵³

Der in Katar stationierte Sender musste sich seit seiner Entstehung 1996¹⁵⁴ zahlreiche Vorwürfe, besonders vonseiten konservativer Amerikaner gefallen lassen, er sei in seiner Berichterstattung zu radikal, al-Qaida freundlich oder Amerika-feindlich eingestellt.¹⁵⁵ Der Sender selbst behauptet von sich selbst, seine Nachrichtenstrategie bestehe darin, beide

¹⁵² Reynolds/Barnett. „America under Attack“. S 95f.

¹⁵³ vgl. Ustad Figenschou, Tine. *Courting, Criticism, Censorship and Bombs*. *Nordicom Review* 27 (2006) 1, S. 84, http://www.nordicom.gu.se/common/publ_pdf/226_figenschou.pdf, Stand: 15.08.2011

¹⁵⁴ vgl. Iskandar, Adel/El-Nawawy, Mohammed. *Al-Jazeera and war coverage in Iraq: the media's quest for contextual objectivity*. In: Allan, Stuart/Zelizer, Barbie. *Reporting War. Journalism in wartime*. London/New York: Routledge 2004, S. 315

¹⁵⁵ vgl. El-Nawawy, Mohammed/Iskandar, Adel. *Al-Jazeera. The Story of the network that is rattling governments and redefining modern journalism*. Boulder/Colo u.a.: Westview 2003, S. 177f.

Seiten der Geschichte zu beleuchten.¹⁵⁶ Aus diesem Grund ist es eigentlich nicht weiter verwerflich, wenn sich Al-Jazeeras Generaldirektor auf die Vorwürfe hin, Al-Jazeera diene als Sprachrohr Osama bin Ladens, mit den Worten verteidigt: „Our critics tend to forget that bin Laden is one side in this war that we need to present to our viewers. How would our news be balanced without presenting both sides?“¹⁵⁷

Trotz der bei Al-Jazeera so hoch geschriebenen Objektivität der Berichterstattung, gilt genau jener Punkt als der wohl problematischste. Denn, so machen Iskandar und el-Nawawy deutlich, Objektivität stellt im Journalismus den größten Reibungspunkt dar, da, selbst wenn Objektivität das wohlgemeinte Ziel der Berichterstattung ist, das damit intendierte Publikum sehr wohl einen eigenen Standpunkt vertritt und nie unvoreingenommen einer Sache gegenübersteht.

The notion of contextualization offers a corrective to some of the limitations inherent in the notion of objectivity. Contrary to the standard of „objectivity“ to which journalists and news organizations aspire, media audiences are opinionated, partial, and highly invested in the news content. Audiences are expected to espouse certain opinions and to express a degree of partisanship. While journalists are trained to excavate the „truths“ that lie beyond the „context“, audiences are invariably and inevitably contextualized.¹⁵⁸

Eine der augenscheinlichen Problematiken der Berichterstattung Al-Jazeeras liegt also einerseits in der subjektiven Haltung des Publikums, was eine unvoreingenommene Berichterstattung von Seiten des Senders beinahe unmöglich macht. Ein weiterer Punkt, welcher die strikt intendierte Objektivität des „arabischen CNN“, wie Al-Jazeera bald von vielen genannt wurde¹⁵⁹, in Frage stellt, ist die teils zumindest aus amerikanischer Sicht behauptete einseitige Berichterstattung, welche angeblich in erster Linie den arabischen Blickwinkel in den Vordergrund stellt.¹⁶⁰

Hinsichtlich dieser hier erwähnten Punkte sollte verdeutlicht werden, dass anstelle der amerikanischen Fernsehsender auf der Suche nach dem wahren Gesicht des Krieges dank Al-Jazeera sehr wohl eine andere Option besteht, diese jedoch ebenso kritisch zu betrachten ist wie die amerikanischen Sender selbst, da Objektivität vor allem in Kriegszeiten im Auge des Betrachters liegt. Zudem stellt Ustad Figenschou fest, dass weder die amerikanische noch die arabische Seite während des Irakkrieges ein „comprehensive, balanced and complete picture of the war“¹⁶¹ zur Verfügung stellten, da beide Seiten aufgrund ihrer unterschiedlichen Herangehensweise an das Thema in ihrer Berichterstattung zu sehr beeinflusst waren.

¹⁵⁶ vgl. Schäfer, Peter. Wachstum im Krieg. al-Dschasira: Propaganda-Maschine oder Pionier arabischer Medienfreiheit In: Palm, Goedart/Rötzer, Florian (Hg.) *MedienTerrorKrieg. Zum neuen Kriegsparadigma des 21. Jahrhunderts*. Hannover: Heise 2002, S. 199

¹⁵⁷ zit. in El-Nawawy/Iskandar. Al Jazeera. S. 176

¹⁵⁸ Iskandar/El-Nawawy. Al-Jazeera and war coverage in Iraq. S. 320

¹⁵⁹ El-Nawawy/Iskandar. Al-Jazeera. S. 23

¹⁶⁰ vgl. Schäfer. Wachstum im Krieg. S. 190

¹⁶¹ Ustad Figenschou, Tine. Courting, Criticism, Censorship and Bombs. S. 88

2.7. Krieg, Medien und Entertainment

2.7.1. Infotainment

Kriegsberichterstattung ist bereits seit geraumer Zeit durch ihren fehlenden Informationsgehalt geprägt. Vielmehr tritt, wie Kapitel 2.3.1. der vorliegenden Arbeit bewiesen hat, der immer bedeutender werdende Faktor der Unterhaltung in den Vordergrund, welcher immer augenscheinlicher den Hauptbestandteil der Berichterstattung einnimmt.

Ein Beispiel für die vor allem von der Front ausgehende Entertainisierung des Irakkrieges stellen unter anderem die *embedded journalists* dar, welche, laut Krempel, eher darum bemüht sind, eigene Ansichten zu verbreiten und andere Sichtweisen zu unterdrücken.¹⁶² In dieser Hinsicht wäre es allerdings falsch, den *embeds* alleine die Schuld an diesem Umstand zu geben, da sie in dieser Situation mehr oder weniger als Instrument der Propagandamaschinerie der US-Regierung dienen.

Wie jedoch Olschewski beweist, ist diese Art der Informationspolitik kein Novum für die amerikanische Kriegsberichterstattung. Bereits im Golfkrieg zu Beginn der 1990er Jahre setzten die amerikanischen Medien aufgrund der zurückgehaltenen Informationen seitens der US-Regierung auf den Unterhaltungs- und Dramatisierungsfaktor, bei dem mit Hilfe von inszenierten Berichterstattungen von der Front eher auf den Unterhaltungs- als den Nachrichtenwert des Gesendeten fokussiert wurde. Diese simulierten Gefahrensituationen sollten im damaligen Krieg von den eigentlichen Fragen des Krieges ablenken, und so mehr oder weniger das Publikum bei Laune halten. Bei diesen Beiträgen, welche Gefahrensituationen simulierten, die in dieser Form nicht real waren, ging es allerdings nie um Information. „Der Nachrichtenwert bleibt die ganze Zeit knapp über Null.“¹⁶³

Für Entertainisierung vonseiten des Militärs findet der Begriff *Militainment* Verwendung. Eine genaue Definition dieses Begriffes und eine Kontextualisierung soll der nächste Abschnitt bieten.

2.7.2. Militainment

Die vorher bereits behandelte ständige Wiederholung und folglich unweigerliche Ästhetisierung der Bilder der Terroranschläge des 11. September, sollte nur den Anfang in der fast schon zur Fiktion neigenden Berichterstattung über den Irakkrieg darstellen.

Die Tendenz zur Entertainisierung und Inszenierung des Irakkrieges zeigte sich bereits im sonst stark zensurierten Afghanistankrieg. Um dem Fernsehpublikum aufgrund der eingeschränkten Berichterstattung live vor Ort zumindest ein paar Bilder liefern zu können

¹⁶² Krempel. Krieg und Internet. S. 27

¹⁶³ Olschewski, Malte. Krieg als Show. S. 212

wurde beschlossen, TV-Serien über die Soldaten an der afghanischen Front zu produzieren. Grundidee der Sendungen sollte sein, die Soldaten hautnah und live beim Einsatz an der Front zu zeigen – ein Vorgeschmack sozusagen auf die spätere Berichterstattung der *embeds*. Unabhängigen Betrachtern fällt bei diesem Konzept allerdings sofort der fahle Beigeschmack auf. So weist zum Beispiel Lehming auf den nicht uninteressanten Aspekt hin, dass die Fernsehserie „Profiles from the Frontline“ von Jerry Bruckheimer produziert wurde, der unter anderem für Action-Blockbuster wie „Black Hawk Down“ oder „Pearl Harbor“ bekannt ist.¹⁶⁴

Ebenso wurde Hollywood-Produzent R.J. Cutler mit der Produktion von persönlichen Videotagebüchern der GIs beauftragt. Die Involviertheit des Pentagon in die Produktion der TV-Serie lässt jedoch aufhorchen. Aus Sicherheitsgründen, so Vertreter des Pentagon und der Air Force, wurden die Serien einem Vorab-Screening unterzogen, die Produzenten wiesen jedoch Vorwürfe der Zensur von sich.¹⁶⁵

Darüber hinaus macht Lehming auf den Produktionszeitraum der Serie „Profiles from the Frontline“ aufmerksam. Diese wurde nämlich im Sommer des Jahres 2002 gedreht, „als kaum ein unabhängiger Journalist Zugang hatte zu den US-Einheiten in Afghanistan.“¹⁶⁶ Umso weniger überraschend schienen die gezeigten Bilder die Affinität Jerry Bruckheimers für das amerikanische Militär zu bestätigen und seine Präsenz im „geschützten“ Raum zu legitimieren. Lehming spricht außerdem von einer erschreckenden Naivität der Serie, da diese, wie auch die Berichterstattung später im Irak zeigen wird, weitgehend auf das Zeigen des eigentlichen Krieges inklusive seiner Opfer verzichtete und sich lediglich auf das Schicksal der an der Front fürs amerikanische Vaterland kämpfenden Soldaten konzentrierte. Darüber hinaus macht Lehming auf die propagandistischen Züge der Sendung aufmerksam, da diese es durch das Fehlen von Beweisen verabsäumte, Fakten zu präsentieren, sondern stattdessen dazu beitrug, in der Heimat bestehende Feindbilder zu untermauern und den Patriotismus zu stärken.¹⁶⁷ Auch die NZZ meint, dass die Serien eher auf Unterhaltung und auf Stärkung des Patriotismus als auf die Vermittlung von Informationen abzielten.¹⁶⁸

Diese Tendenz hin zur Ausblendung der eigentlichen Kriegsproblematik und der Fokussierung auf das Schicksal einzelner Soldaten im folgenden Irakkrieg stellte sozusagen die Fortsetzung der eben beschriebenen Serien dar. Anstatt dem Publikum Bilder und Fakten des Krieges zu präsentieren, produzierten die einzelnen Fernsehanstalten herzerreißende Beiträge über Soldaten und deren daheimgebliebene Familien. Diese Ablenkung vom eigentlichen Kriegsschauplatz war nur wenig förderlich für das Verständnis

¹⁶⁴ vgl. Lehming. Wir lieben die Amerikaner

¹⁶⁵ vgl. NZZ Online. Krieg als Unterhaltungsshow. 08.03.2002, <http://www.nzz.ch/2002/03/08/em/article80KIZ.html>, Stand: 15.08.2011

¹⁶⁶ Lehming. Wir lieben die Amerikaner

¹⁶⁷ vgl. ebd.

¹⁶⁸ vgl. NZZ Online. Krieg als Unterhaltungsshow

der Zuseher, vor allem wenn es um das Erfassen des Krieges als reales, blutiges Ereignis ging.

The media-friendly war provided no context for understanding the complexities of a real war and the effects it has on human beings. Stories suitable as homefront morale boosters profile only camera-ready soldiers, and such stage-managed heroes became the mythic stereotype at the center of the militainment genre.¹⁶⁹

Ein Teil der Öffentlichkeit wandte sich aus den in diesem Kapitel präsentierten Gründen speziell während dem Irakkrieg dem Internet zu, auf der Suche nach mehr Diversität und Authentizität in der Berichterstattung. Im folgenden Kapitel soll untersucht werden, inwiefern das Internet diesen Anforderungen entspricht und ob in Krisenzeiten unzensurierte Berichterstattung überhaupt möglich ist.

¹⁶⁹ Andersen. A Century of Media. S. 232

3. Krieg und Internet

3.1. Kriegsberichterstattung bzw. -kommunikation im Internet

Nicht nur die Technologien sind in ihrer Entwicklung dem Wandel der Zeit unterlegen, auch Kriege bzw. die Berichterstattung darüber änderten im Laufe der Geschichte ihr Gesicht. Wie die vorherigen Kapitel bereits gezeigt haben, sind Kriege oder vielmehr deren Verlauf von der Willkür der berichtenden Medien abhängig. Meinungen werden geäußert, Bilder publiziert und Eindrücke vermittelt, welche der Öffentlichkeit als wahr verkauft werden. Bis vor kurzem musste dieser Form von Berichterstattung blind vertraut werden, nur wenige wandten sich anderen Quellen als den bekannten zu um ein mehrdimensionales Bild der Ereignisse zu erhalten. Mit dem Aufkommen und der zunehmenden Popularität des Internets änderte sich die Situation jedoch dramatisch. Computer bieten einerseits die Möglichkeit, Zugang zu verschiedenen Perspektiven von Kriegsberichterstattung zu erhalten, andererseits stellen sie auch ein weiteres Instrument der Kriegsführung selbst dar. Trotz des meist uneingeschränkten Zuganges also, für den das Internet zumindest in der westlichen Welt bekannt ist und aufgrund dessen auch der Großteil der Informationssuchenden sich dem Internet zuwendet, gilt zu beachten, dass das Internet nicht nur als Medium der freien Meinungsäußerung zu betrachten ist, sondern auch als Instrument und Plattform kriegsführender Staaten, welche sich das WWW zu eigen machen, um kriegspropagandistische Inhalte zu verbreiten und zu manipulieren.

Computer waren und sind primär ein Medium der Informationsvermittlung. Mit der Entwicklung und Einführung des Internets, damit der Knüpfung des globalen Netzwerkes, sind Computer und die von ihnen übermittelten Informationen und Kriegsbilder zu dem zentralen Schlachtfeld der Kriegführung geworden. In dieser „Information Warfare“ geht es sowohl um die Kontrolle über die Informationskanäle der aktuellen und der potentiellen Kriegsgegner als auch um die Kontrolle über die Inhalte der über diese Kanäle übermittelten Informationen.¹⁷⁰

Bezüglich der Verwendung überregionaler und vernetzter Kommunikationsformen zur Schaffung eines militärischen oder ökonomischen Vorteils bemerkt Hartmann, dass diese Form der Strategie bereits auf die Antike zurückgeht. Damals waren derartige Systeme der Informationsvermittlung der Elite vorbehalten, bevor sie der Öffentlichkeit zugänglich gemacht wurden. „Dass überhaupt eine private Option auf die Nutzung neuer Medientechniken entstand, verdankt sich dem technologischen wie dem damit verbundenen

¹⁷⁰ Nöring, Hermann et al. *Bilderschlachten. 2000 Jahre Nachrichten aus dem Krieg*. Technik-Medien.Kunst. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2009, S. 398

kulturellen und sozialen Wandel, den die neuen Medien nicht auslösen, sondern den sie verkörpern und mittragen.“¹⁷¹

Ein maßgebliches Problem des uneingeschränkten Zuganges zu den schier unendlich scheinenden Informationsquellen des Internets ist die Frage nach ihrem Wahrheitsgehalt. Aufgrund der Tatsache, dass das Internet für jedermann zugänglich ist und bis auf wenige Ausnahmen jeder die Möglichkeit hat, Bilder und Informationen online zu publizieren, ist das Angebot dermaßen unübersichtlich geworden, dass es den Nutzern heute beinahe unmöglich gemacht wird, zwischen wahren und unwahren Informationen zu unterscheiden. „Die Produktion von Informationen erfolgt ohne ersichtlichen Bezug zu einer Instanz, die die Wahrhaftigkeit der Informationen und Bilder garantiert. Die psychologische Kriegführung ist damit für den normalen Nutzer allgegenwärtig geworden.“¹⁷²

Als positiver Aspekt, primär für den Informationszugang der Öffentlichkeit, gilt die zunehmende Verbreitung individuellen Informations- und Bildmaterials von in Kriege involvierten Personen, abseits von der herkömmlichen Medienberichterstattung. Dies ermöglicht es der Öffentlichkeit, sozusagen das „andere Gesicht“ des Krieges aus der Sicht direkt Betroffener kennenzulernen, ohne befürchten zu müssen, dass die Regierung bei der Bilder- und Informationsauswahl ihre Finger im Spiel hätte.

Mit der Entwicklung des www2, der Einführung von Nutzer gesteuerten und –redigierten Plattformen wie YouTube und anderen sind im 21. Jahrhundert individuell produzierte Kriegsbilder weltweit und jederzeit verfügbar geworden. [...] Das www2 bietet [...] die Möglichkeit, diese Bilder in Konkurrenz zu den traditionell und unter ‚Aufsicht‘ produzierten Bildern zu vertreiben. Inoffizielle und offizielle Bilder stehen in direkter Konkurrenz zueinander. Der ‚Augenzeuge‘ hat einen Vermittlungsvorsprung gegenüber den klassischen Medien gewonnen.¹⁷³

Diese interpersonellen Kommunikationsformen charakterisieren die Kriegsberichterstattung bzw. –kommunikation im Internet. Das Besondere liegt im Hybridcharakter des Internets, welches „gleichermaßen offen ist für interpersonale und öffentliche Kommunikation, für anonyme Informationsdistribution und persönliche Interaktionen, für kommerzielle Transaktionen und für nicht-kommerziellen Datenaustausch.“¹⁷⁴ Das Internet stellt also die ideale Plattform für den Austausch von persönlichen Erfahrungen zwischen Gleichgesinnten und Interessierten dar, ohne jedoch gleichzeitig auf kommerziellen oder militärischen Erfolg ausgerichtet zu sein. Natürlich gibt es diesbezüglich auch Ausnahmen, wie in diesem Kapitel noch näher erläutert werden wird, jedoch liegt die Attraktivität der Kriegskommunikation im Internet wohl in erster Linie in der Möglichkeit, Informationen ungefiltert und unzensiert

¹⁷¹ Hartmann, Frank. Internet. In: Nöring, Hermann et al. *Bilderschlachten. 2000 Jahre Nachrichten aus dem Krieg. Technik-Medien.Kunst*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2009, S. 404

¹⁷² Nöring. *Bilderschlachten*. S. 408

¹⁷³ ebd., S. 409

¹⁷⁴ Bucher, Hans-Jürgen. Internet und Krieg. Informationsrisiken und Aufmerksamkeitsökonomie in der vernetzten Kriegskommunikation. In: *Löffelholz, Martin. Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2004, S. 275-296

sowohl konsumieren als auch produzieren zu können. „Letztere [Konsumenten, Anm.] werden im Netzwerk-Medium zum Zuschauer, Zuhörer und Leser zum interaktiven Rechercheur oder gar zum Kommunikator, der eigene Informationen durch Publikation via Internet zu Nachrichten machen kann.“¹⁷⁵

3.1.1. Geschichte und Entwicklung

Offiziell gilt der Kosovo-Krieg der Jahre 1998/1999 als erster Internet-Krieg der Geschichte.¹⁷⁶ Neben den traditionellen Medien wie Rundfunk, Fernsehen und Printmedien, trat das Internet erstmals als neue Form der Berichterstattung in den Vordergrund. Doch das Internet sollte nicht nur zur Informationsvermittlung dienen, es wandelte sich bald, wie auch die traditionellen Massenmedien, zu einem Instrument der staatlichen Propaganda und Kriegsführung. Das Internet verkörperte darüber hinaus jedoch noch einiges mehr.

Es diente als schwarzes Brett für die Suchanzeigen nach Vermissten, als Datenarchiv für Dokumente, Bilder, Videos der Konfliktparteien und verschiedener Organisationen, als publiziertes Kriegstagebuch über E-Mails und Newsletter, als Alternativ-Medium für Nichtregierungsorganisationen (NGO), als aktueller Informationskanal für die traditionellen Medien, als Diskussionsplattform für den Meinungsstreit über den Konflikt, es diente für die Verbreitung strategischer und politischer Analysen oder für Hilfs- und Spendenaufrufe.¹⁷⁷

Im Kosovo-Krieg mussten Organisationen, welche nicht an die Einflusskraft des Internets glaubten, bereits sehr bald die schmerzhafteste Feststellung machen, dass sie sich geirrt hatten. Als eine der wenigen Organisationen, welche gravierende Probleme bei der Umstellung in Sachen neue Informationsordnung hatte, galt die NATO, welche im Gegensatz zur damaligen jugoslawischen Regierung das Internet lediglich zur Verbreitung von Hintergrundinformationen verwendete. Als Resultat verlor die NATO nicht nur den bereits damals existierenden Informations- bzw. Internet-Krieg, „sondern auch das Vertrauen der Medienöffentlichkeit.“¹⁷⁸

3.1.2. Multimediale vs. mediale Berichterstattung

Wie bereits mehrmals in dieser Arbeit ersichtlich wurde, stellen Medien und Krieg eine Symbiose dar, deren Existenzen und Erfolg sich gegenseitig bedingen. Umso weniger erstaunlich scheint die Frage zu sein, wer sozusagen als „Sieger“ unter den Medien beim aktuellen Irakkrieg hervorgeht. Was auch die Antwort sein möge, alleine die Frage stellt für

¹⁷⁵ Bucher. Internet und Krieg. S. 278

¹⁷⁶ vgl. Paul. Bilder des Krieges. S. 410

¹⁷⁷ Bucher. Internet und Krieg. S. 282

¹⁷⁸ ebd., S. 282f.

Bucher die Voraussetzung für „[d]ie Unauflösbarkeit des Verhältnisses von Krieg und Medien [...] als Konstante“ dar.¹⁷⁹

Im Zusammenhang mit Kriegsberichterstattung im Internet und den herkömmlichen Medienanstalten, spricht Bucher von einer Erweiterung des bisher Bekannten. Verglichen mit dem Kosovo-Krieg stellt das Internet nicht mehr lediglich eine Ergänzung der „klassischen Medienberichterstattung“ dar, sondern die Medien selbst werden Teil der Berichterstattung im Netz und dienen der Diskussions- und Kommunikationskultur. Eine Gemeinsamkeit weisen jedoch sowohl massenmediale wie auch die Berichterstattung im Internet auf – den Zugang zum Krieg als Dauersendung. Durch die Installation von Webcams ermöglichen es die TV-Sender den Internetnutzern, ständig live am Geschehen teilhaben zu können, ohne auf Programmzeiten angewiesen zu sein.¹⁸⁰

Ein gravierender Unterschied zwischen diesen beiden Formen der Berichterstattung ist vor allem in der konträren Informationspolitik zu finden. So zeichnet sich Fernseh-Berichterstattung, beispielsweise jene von CNN, durch „die Dialektik von Nähe und Distanz“ des Senders aus, was durch den Einsatz der *embedded journalists* an der Front ermöglicht wurde. „Der Nachrichtenkanal konnte beides bieten und teilweise sogar gleichzeitig realisieren: Fronterlebnis und Studioeinschätzung, Subjektivität und Überblick, Augenzeugenschaft und distanzierte Berichterstattung.“¹⁸¹ An dieser objektiven Betrachtungsweise mangelt es zum Beispiel den *War-* bzw. *Milblogs*, deren Funktion in diesem Kapitel noch näher erläutert wird, da sie sich auf die subjektiven Erlebnisse der Betroffenen beschränken. Doch genau jener Aspekt der Authentizität ist es, welcher das Genre *Milblogs* für Internetnutzer so attraktiv macht.

Bucher macht zudem ferner auf einen zentralen Unterschied der beiden Mediensysteme aufmerksam, welcher einen wesentlichen Punkt in der vorliegenden Arbeit darstellt – die Partizipationskultur, die es den Nutzern ermöglicht, nicht nur Informationen zu beziehen, sondern selbst am Austausch von Nachrichten beteiligt zu sein.

Das Internet ist nicht mehr nur ein Übertragungsmedium, sondern es ist als Bestandteil des Information Warfare selbst zum Kriegsschauplatz geworden, auf dem Angriffe auf die digitale Infrastruktur des Gegners, Informationsattacken und gezielte Propagandaaktivitäten ausgetragen werden.¹⁸²

Diese Partizipationskultur ist auch Hauptbestandteil der mehrdimensionalen Kommunikationsmuster von Blogs, während traditionelle Medien auf selbstbezogenen Inhalten basieren. „Während die Blogs ‚multiple Stimmen‘ zulassen und über dialogische Elemente verfügen, stellt sich das Fernsehen dagegen selbstbezüglich dar, indem es nicht

¹⁷⁹ Bucher. Internet und Krieg. S. 276

¹⁸⁰ vgl. ebd., S. 277

¹⁸¹ Roering, Johanna/Ulrich, Anne. „And Now Here Is What Really Happened.“ CNN und Warblogs als konkurrierende Deutungsinstanzen im Irakkrieg 2003. In: Müller, Daniel et al. *Leitmedien. Konzepte-Relevanz-Geschichte*, Band I. Bielefeld: transcript 2009, S. 298

¹⁸² Bucher. Internet und Krieg. S. 277f.

auf andere Informationsquellen verweist und somit einen Anspruch auf Ausschließlichkeit zu etablieren versucht.¹⁸³ Auch Burgess und Green sprechen in diesem Zusammenhang von einer „participatory culture“¹⁸⁴, durch welche sich speziell Videoplattformen wie *YouTube* auszeichnen.

Im Golfkrieg anno 2003 waren traditionelle Medien wie Fernsehen oder Radio zwar noch immer Hauptbezugsquellen für Kriegsnachrichten, jedoch spiegelte sich in deren Berichterstattungen immer häufiger der zunehmende Einfluss des Internets wider. So wird der Trend des Internets als Leit- und Orientierungsmedium für Journalisten an der stetig steigenden Präsenz in den herkömmlichen Medien erkennbar. In diesem Zusammenhang spricht Bucher von einem „Two-Step-Flow-Muster“, unter welchem er das Aufkommen und Verbreiten einer Nachricht im Internet und anschließenden Thematisierung in den Massenmedien versteht.¹⁸⁵ Roering und Ulrich meinen hierzu, dass die Dominanz des Mediums Fernsehen durch das Aufkommen und die immer populärer werdenden Blogs zwar nicht grundlegend in Frage gestellt wird, das Internet jedoch speziell für kritische Nutzer an Aufmerksamkeit gewinnt. „Insbesondere Newsblogs, also Blogs, die sich mit politischem Tagesgeschehen beschäftigen, traten bereits während der Vorbereitung auf die Invasion als Alternative auf.“¹⁸⁶

Ein weiterer Pluspunkt, welcher für die vermehrte Nutzung des Internets in Kriegszeiten spricht ist, dass die Nutzer nicht vom Informationsangebot der Nachrichtenmedien abhängig sind, welche den Inhalt ihrer Publikationen oft nach Brisanz und Aktualität auswählen. Manche Themen und Bilder, wie zum Beispiel die bereits erwähnten Opferbilder, werden gar ganz ausgeblendet. Das Internet wiederum bietet den Menschen die Möglichkeit, gezielt nach spezifischen Themen zu suchen, ohne mit der Ambivalenz der Informationspolitik der Massenmedien konfrontiert zu werden. Umso weniger überraschend sind die Ergebnisse der Statistiken über die meist gesuchten Begriffe in den Internetsuchmaschinen, wo im Jahr 2003 nach Ausbruch des Golfkrieges die Worte „Krieg“ und „Iraq“ ganz vorne rangierten.¹⁸⁷

Dimitrova et al. beschäftigten sich in ihrer Studie über die verschiedenen Arten von Berichterstattungen im Internet unter anderem mit den Hintergründen, warum sich Internetnutzer in Kriegszeiten vermehrt dem Internet zuwenden, und nicht mehr ausschließlich auf die Informationen der Massenmedien vertrauen. Hierbei werden die Ergebnisse des „Pew Internet and American Life Project“ präsentiert, welche ergaben, dass viele das Internet nicht nur als Informationsquelle heranziehen, sondern auch, um sich eine Meinung über die Kriegssituation zu bilden. „The fact that the Internet can be more than just

¹⁸³ Roering/Ulrich. *And Now Here Is What Really Happened*. S. 288

¹⁸⁴ vgl. Burgess, Jean et al. *YouTube. Online video and participatory culture*. Cambridge (u.a.): Polity Press 2009

¹⁸⁵ Bucher. *Internet und Krieg*. S. 279

¹⁸⁶ Roering/Ulrich. *And Now Here Is What Really Happened*. S. 286

¹⁸⁷ vgl. Bucher. *Internet und Krieg*. S. 279

an information source was confirmed by the finding that one in five American users used the Web to shape their views about the Iraq War.“¹⁸⁸

Basierend auf dieser Informationsdiversität, projizieren viele Kritiker ihre Hoffnung auf das WWW, der sich in den Medien widerspiegelnden staatlichen Propaganda in Krisenzeiten ein Ende zu bereiten. Ob dies wirklich gelingt bzw. überhaupt möglich ist, soll im Folgenden untersucht werden.

3.2. Internet in Kriegszeiten als Gegenpol zur Propaganda

Auf der Flucht vor der Propaganda in den Massenmedien, wenden sich immer mehr Nutzer dem Internet zu, auf der Suche nach Authentizität und dem Wahrheitscharakter der Nachrichten. Wie später noch genauer erläutert wird, spielen hier vor allem *Web-* bzw. *Warblogs* eine zentrale Rolle. Diese stellen jedoch im Falle von Kriegspropaganda und gezielter Irreführung in Krisenzeiten eine fast ebenso große Bedrohung für die freie Meinungsbildung dar, wie die Medien selbst. Neben subjektiver Berichterstattung basieren *Weblogs* nämlich auf der Selbstinszenierung ihrer Autoren. Im Falle der amerikanischen Soldaten, welche im Irak stationiert sind und einen Blog führen, muss dieses Bild nicht immer der Realität entsprechen, und dient größtenteils der Ideologisierung des Militärs und der Kampfeinsätze. „Zum anderen wollen auch die schreibenden Soldaten ein bestimmtes Bild von sich selbst und der Armee erzeugen, das nicht unbedingt der Realität entspricht. So teilen die Autoren von *Milblogs* als aktive oder ehemalige Soldaten zum Großteil ein patriotisches und militärisches Ethos.“¹⁸⁹ Bei genauerer Betrachtung gilt es also anzuzweifeln, *Milblogs* als eine differenzierte Form der Berichterstattung zu betrachten, da sie durch die zunehmenden Zensurmaßnahmen vonseiten des Militärs und der überwiegend positiven Berichterstattung der Soldaten als zu unkritisch und ideologisch einzustufen sind. „Die *Milblogs* stellen die Armee und den Krieg also nicht in Frage, sondern können ganz im Gegenteil als positives Aushängeschild der US-Armee gesehen werden.“¹⁹⁰

Abgesehen von einschlägigen *Weblogs*, machen es das Internet und die Vernetztheit seiner Nutzer aber für den interessierten Anwender beinahe unmöglich, intendierte Propaganda nicht zu erkennen. Mittels Blogs, Mailinglisten und Internetcommunities wird es den Nutzern möglich, Informationen zu tauschen und zu vergleichen und somit mögliche Propaganda leichter zu erkennen und als solche zu entlarven.

¹⁸⁸ zit. in Dimitrova et al. War on the Web. The Immediate News Framing of Gulf War II. Hervorhebung des Autors. danielad.jlmc.iastate.edu/docs/waronweb.pdf, Stand: 22.09.2011

¹⁸⁹ Fricke, Stefan. Erzählstimmen aus dem Terror. Warblogs amerikanischer Soldaten. In: Domsch, Sebastian (Hg.). Amerikanisches Erzählen nach 2000. Eine Bestandsaufnahme. München: Richard Boorberg 2008, S. 184f., Hervorhebung d. Aut.)

¹⁹⁰ ebd. S. 186

Sie schaffen die Möglichkeit, einen neuen, personalisierten Blick auf die medienvermittelte Wirklichkeit und die Alltagsrealität zu werfen. Jede dieser einzelnen Stimmen ist vernetzt mit anderen Perspektiven, sodass sich ein umfassendes Bild der Welt öffnet. Wer in diese Infosphäre eintaucht und sich nur halbwegs auf sie einlässt, dem wird es schwer fallen, den offiziellen Propagandabemühungen Glauben zu schenken. Vor allem macht es das Infouniversum leichter, die rhetorischen Finten und psychologischen Tricks der Kriegstrommler überhaupt als Propaganda zu erkennen, da sie beim gemeinschaftlichen und verlinkten Filtern nie lang verborgen bleiben.¹⁹¹

In diesem Zusammenhang ist es wenig überraschend, dass sich 77%¹⁹² der US-amerikanischen Internetnutzer dem Internet zuwandten, um eine ergänzende und divergierende Berichterstattung über den Irakkrieg zu erhalten. Obwohl das Fernsehen wenn es um den Bezug von Nachrichten geht noch immer als das Medium Nummer 1 gilt, ist das Internet immer mehr an vorderster Front zu finden.¹⁹³

Wie bereits erwähnt, sind die beiden Hauptgründe für die Zuwendung der Öffentlichkeit hin zum Internet jene der Vielfältigkeit und der Aktualität. Hinsichtlich der Vielfältigkeit geht es allerdings überraschenderweise vielen nicht darum, qualitativ hochwertigere und objektivere Berichterstattungen über den Krieg zu erhalten, denn der Großteil der Online-Nutzer ist der Meinung, dass die Massenmedien in angemessener und ausreichender Form über den Krieg berichteten und ein adäquates Bild des Kriegsverlaufs und der Kriegsgeschehnisse abliefern würden. 64%¹⁹⁴ der Nutzer waren sogar der Meinung, dass die im Internet zugänglichen Meinungen im Großen und Ganzen jener der Massenmedien entsprachen.

Betrachtet man die Ergebnisse dieser Statistik, wird es zunehmend fraglicher, ob das Internet als Hoffnungsträger und Gegenmittel der Kriegspropaganda zu sehen ist. Die Zahlen scheinen zu belegen, dass sich immer mehr Menschen auf der Suche nach globaleren Informationen über den Krieg dem Internet zuwenden. Gleichzeitig scheint dieses Vertrauen ins Internet aber nicht auf dem Misstrauen gegenüber den Massenmedien gegründet zu sein, sondern vielmehr auf dem vorhandenen technologischen Angebot, welches einen schnellen und uneingeschränkten Zugriff auf brisante Nachrichten ermöglicht und somit zu einer attraktiven Ware wird.

¹⁹¹ Krempl, Stefan. Krieg und Internet: Ausweg aus der Propaganda? Hannover: Heise Zeitschriften Verlag 2004, S. 225

¹⁹² vgl. Rainie, Lee et al. The Internet and the Iraq War. How online Americans have used the internet to learn war news, understand events, and promote their views. www.pewinternet.org/PPF/r/87/report_display.asp, Stand: 22.09.2011, S. 2

¹⁹³ vgl. ebd.

¹⁹⁴ vgl. ebd., S. 7

3.2.1. Das Internet als Antwort auf mediale Zensur

3.2.1.1. Zensur – eine kurze Definition

Um den Begriff der Zensur hier unmissverständlich verstanden zu wissen, ist eine kurze Definition vonnöten. So lautet die Definition des Duden Fremdwörterbuches wie folgt:

[...] 2. von zuständiger, bes. staatlicher Stelle vorgenommene Kontrolle, Überprüfung von Briefen, Druckwerken, Filmen o.Ä. 3.a) kirchliche Prüfung religiöser Literatur von katholischen Verfassern; b) (kath. Kirchenrecht) Verwerfung einer theologischen Lehrmeinung. 4. Note, Bewertung einer Leistung¹⁹⁵

Besonders der zweite Punkt ist für die vorliegende Arbeit von Relevanz. Dieser kann weiters unterteilt werden in die Unterkategorien „Präventiv- bzw. Vorzensur“¹⁹⁶ und „Repressiv- bzw. Nachzensur“.¹⁹⁷ Wobei sich geläufige Definitionen meist auf die Präventivzensur beziehen, ist im vorliegenden Falle auch die Repressivzensur keine Seltenheit.¹⁹⁸

Hinsichtlich der oben genannten Zensur gilt es allerdings Zelger zuzustimmen, wenn jener sie als mangelhaft abtut und eine eigene, erweiterte Definition des Begriffes bietet. Diese soll auch als Grundlage für den in dieser Arbeit verwendeten Zensurbegriff dienen.

Zensur = def. die Überwachung, Bewertung und gegebenenfalls das Verbot und die Kontrolle der Durchführung dieses Verbots (d.h. das Entfernen bisheriger Veröffentlichungen und die Verhinderung neuen Materials) von veröffentlichten Meinungsäußerungen jeglicher Art durch die in einem Bereich herrschenden Klasse, Partei, Staatsführung, Kirche oder Interessensgruppe zur Verhinderung nichtkonformer oder unkontrollierter Meinungsbildung in der Bevölkerung.¹⁹⁹

Ausgehend von dieser von Zelger präzisierten Deutung von Zensur, soll im Folgenden die Frage diskutiert werden, inwiefern das Internet der Öffentlichkeit einen unzensurierten Zugang zu Informationen über den Krieg ermöglicht.

3.2.1.2. Das Internet als unzensierbares Medium

Wie bereits das erste Kapitel dieser Arbeit gezeigt hat, weist jeder Krieg ein bestimmtes mediales Charakteristikum auf. Vietnam wird als der erste Krieg des Farbfernsehens und der Zweite Golfkrieg als der erste Echtzeit-Krieg bezeichnet, während sich der Kosovo-Krieg durch die zunehmende Verbreitung und Instrumentalisierung des Internets auszeichnete. All

¹⁹⁵ Duden. Das Fremdwörterbuch. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG 2000⁷, S. 1049

¹⁹⁶ Zelger definiert dies wie folgt: Publikationen müssen vor der Veröffentlichung einer Zensur-Behörde zur Genehmigung vorgelegt werden, Zelger, S.10

¹⁹⁷ „Bereits erschienene Veröffentlichungen werden ganz oder teilweise beschlagnahmt oder ihre Verbreitung beschränkt oder verboten.“ Zelger, S. 10

¹⁹⁸ Wie dieses Kapitel später noch genauer ausgeführt wird, sind besonders von amerikanischen Soldaten geführte Milblogs von Repressivzensuren betroffen

¹⁹⁹ Zelger, Christian. *Zensur im Internet. Eine Argumentationsanalyse auf Grundlage des Naturrechtes und der Menschenrechte*. Berlin: Verlag für Wissenschaft und Forschung 1999, S. 10f.

diese Kriege hatten die live-Berichterstattung von Kriegskorrespondenten gemein, welche unweigerlich sowohl zum Instrument als auch zum Opfer der staatlichen und militärischen Zensurmaßnahmen wurden. Mit dem Aufkommen des Internets als Repräsentant einer neuen Kommunikations- und Informationsordnung, sollte die Nachrichten- und Bilderpolitik des Militärs, die aus Rücksichtnahme auf die Bevölkerung größtenteils nur gesäubertes Material veröffentlichen ließ, auf die Probe gestellt werden.²⁰⁰

Trotz der Tatsache, dass das Internet jedem Nutzer zumindest in den westlichen Ländern der Welt einen uneingeschränkten Zugriff ermöglicht, ist gleichzeitig nicht garantiert, dass dieser Zugriff und das damit verbundene Verbreiten von Informationen frei von jeglichen Zensurmaßnahmen sind. Abgesehen von diversen Möglichkeiten, die zum Beispiel Kinder daran hindern sollen, auf pornographische Seiten zugreifen zu können,²⁰¹ sind auch Maßnahmen zu finden, welche Internetnutzer bzw. speziell Blogger daran hindern sollen, gewisse Informationen bzw. Meinungen kundzutun. Obwohl Gillmor der Meinung ist, dass „Americans, protected by the First Amendment, can generally write blogs with few consequences“²⁰², zeigt die Realität in Kriegszeiten ein gegenteiliges Gesicht. So wird es zum Beispiel für bloggende Soldaten immer schwieriger, ihre Blogs ohne Eingreifen des *Department of Defence* zu führen. „So müssen seit April 2005 alle Blogs von Soldaten, die im Irak im Einsatz sind, bei ihren Vorgesetzten registriert werden.“²⁰³ Wie auch bereits bei der Berichterstattung der *embedded journalists* als auch bei der Nutzung der Videoplattformen, fürchtet das US-amerikanische Verteidigungsministerium „die Preisgabe geheimer und strategisch wichtiger Informationen durch Beschreibungen oder Bildmaterial.“²⁰⁴ Aus diesem Grund ist zu hinterfragen, inwiefern sich Soldaten in ihren Blogs noch kritisch gegenüber militärischen Maßnahmen zu äußern getrauen. „Most soldiers understand that by donning a uniform, they have voluntarily agreed to limit their free speech and political activity – a point that milbloggers advise amongst themselves.“²⁰⁵

Generell lässt sich sagen, dass das Internet im Großen und Ganzen als unzensurbar gilt. So vergleicht Kreml das Netz mit einem Rhizom, einem „wuchernden, unentwirrbaren Wurzelgeflecht von Sträuchern.“²⁰⁶ Trotz der Installation von Datenfiltern und den auferlegten Zensurmaßnahmen, wie zum Beispiel jenen Chinas, um die Nutzer am Besuch unerwünschter Seiten zu hindern, finden die Anwender immer wieder eine Möglichkeit, um Zugriff auf die verbotenen Inhalte zu bekommen. Angesichts des Netzwerkcharakters der Internetcommunities wird es Regierungen also immer mehr erschwert, Inhalte oder

²⁰⁰ vgl. Taylor, Philip M. *The World Wide Web Goes to War: From Kosovo to the 'War' against Terrorism*. In: *Gauntlett, David/Horsley, Ross. Web.Studies*. London: Arnold 2004², S. 230f.

²⁰¹ vgl. Zelger. *Zensur im Internet*. S. 79ff.

²⁰² Gillmor, Dan. *We the media. Grassroots Journalism by the people, for the people*. Beijing (u.a.): O'Reilly 2004, S. 140

²⁰³ Fricke. *Erzählstimmen aus dem Terror*. S. 186

²⁰⁴ ebd.

²⁰⁵ Robbins, Elizabeth L. *Muddy Boots IO: The Rise of Soldier Blogs*. www.au.af.mil/au/awc/awcgate/milreview/robbins.pdf, Stand: 22.09.2011, S. 115

²⁰⁶ Kreml. *Krieg und Internet*. S. 80

Internetseiten zu zensieren, da sie vonseiten der Internetnutzer auf zunehmende Ablehnung und Gegenmaßnahmen stoßen.²⁰⁷

3.2.1.3. Das Internet und Demokratie

Das Internet legt aufgrund seiner interaktiven Form vermutlich einen neuen Grundstein der Demokratie. Mittels seines Sender-Empfänger-Modells und des daraus resultierenden neuen Kommunikationsystems, lastet die Hoffnung auf eine neue Ära der Demokratie auf den Schultern des WWW.

Von Sergej Tretjakov über Walter Benjamin, Bertolt Brecht, Hans Magnus Enzensberger, Oskar Negt und Alexander Kluge bis hin zu Norbert Bolz oder Friedrich Kittler steht die Möglichkeit, zugleich senden und empfangen zu können, als Chiffre für wahrhaft demokratische Verhältnisse.²⁰⁸

Das Internet als neues Medium, welches diese Form der interaktiven Kommunikation als Markenzeichen trägt und durch die Verwischung der Grenzen zwischen Rezipient und Produzent gekennzeichnet ist, zeigt sich somit potentiell in der Lage, „demokratische Prozesse zu unterstützen.“²⁰⁹ Doch nicht nur die verwischenden Grenzen tragen zu einem Demokratie-Format bei. Das Prinzip von gleichen Macht- und Ideologiestrukturen bildet ebenso einen Grundstein von Demokratie wie die Möglichkeit der freien Meinungsäußerung und des Verbreitens von eigenen Ansichten und Ideen.

Does the censorship of the Internet represent the first step towards setting standards on what is acceptable thinking and what is not? Can we allow our governments to regulate what can be spoken or written? [...] The only difference between the Internet and any other form of media is that everybody has a voice. This is an extremely scary thought for many people to consider, but according to the fathers of the Constitution, it is essential for the viewpoint of everybody to be heard in order for a democratic government to exist.²¹⁰

Das Besondere bei der Kommunikation im WWW liegt vor allem darin, dass sie nicht, wie in den bekannten Medienstrukturen, beschränkt ist auf eine Elite von Reportern oder Politikern, sondern jedem das Potential bietet, sich frei zu äußern und uneingeschränkt Informationen zu beziehen. Die Interessenswahrung eines einzelnen Individuums und der globale Zugriff stellen das Prinzip der Demokratie im Netz dar, und sind auch gleichzeitig dessen Erfolgsfaktor. „This communicative environment represents the theoretical ‚space between power and ideas‘ on which Jason Neidleman bases a theory of democratic legitimacy.“²¹¹

²⁰⁷ vgl. Krempf, Krieg und Internet. S. 79ff.

²⁰⁸ Oy, Gottfried. Wir müssen reden. Kommunikation und Macht – ein garnicht so ungleiches Paar. www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B4_2000_Oy.pdf, Stand: 22.09.2011, S. 1

²⁰⁹ ebd.

²¹⁰ zit. in Zelger. Zensur im Internet. S. 171

²¹¹ zit. in Shearer, Jennifer. E-Democracy-the Novel Democracy of the Internet. In: Liechtenstein, Alfred von (Hg.) *Internet und Öffentlichkeit*. Wien: WUV-Univ.-Verl. 2002, S. 174

„Informationsfreiheit, Freiheit der Meinungsäußerung und Meinungsbildung gelten als grundlegende Menschenrechte.“²¹² Diese hier zitierte ideologisierte und angestrebte Form der freien Meinungsäußerung und Meinungsbildung kann in der heutigen Zeit nur mehr mithilfe der im Internet vorherrschenden Interaktivität der Nutzer und dem daraus resultierenden Netzwerk an Kommunikationsvorgängen erzielt werden. Erst der gemeinsame Austausch von Informationen scheint es dem Nutzer zu ermöglichen, sich ein distanzierendes, mehrdimensionales und kritisches Bild über eine Sachlage zu bilden.

Grundsätzlich eint diese vorgestellten Ansätze der Interaktion, dass Kommunikation als Gegenpol zu den als verachtet beschriebenen Strukturen der klassischen Massenmedien gesehen wird. [...] Während den Manipulatoren der Massenmedien ein immenser Einfluss auf die Rezipientinnen und Rezipienten zugestanden wird, seien diese anscheinend dennoch weiter in der Lage, kritisch zu kommunizieren – soweit für sie technische Möglichkeiten bereitgestellt werden.²¹³

Auch Krempl schließt sich dieser Meinung an, und sieht erst in der Internetcommunity einen Weg zu einer interaktiven und demokratischen Öffentlichkeit. Durch die breite Vernetzung und dem dadurch ermöglichten Meinungs Austausch mit zahlreichen anderen Nutzern verschiedener Kulturen und Ansichten, entsteht eine neue Form der Kommunikation und folglich eine neue Form der Demokratie. Krempl erkennt im Internet und dessen Nutzern außerdem eine neue Gegenöffentlichkeit, die im Netz einen Weg gefunden hat, sich über Dinge auszutauschen, die vorher nur im engen und somit kleinbürgerlichen Raum besprochen wurden. Erst das Aufkommen des Internets förderte die Vernetzung mit diversen Gesprächspartnern und lädt zu einer differenzierten Betrachtungsweise von den ansonsten von den Massenmedien vorgefertigten Themen ein.²¹⁴

3.3. Das Phänomen (We)Blogs

Weblogs oder Blogs, wie sie kurz genannt werden, stellen neben herkömmlichen Informationsmedien eine relativ neue Form der Berichterstattung dar, welche sich auf persönliche Eindrücke und Ideen der Schreibenden konzentriert. Experten sind sich darüber einig, dass Blogs trotz der Tatsache, dass sie aufgrund ihres innovativen Charakters frischen Wind in die Welt des professionellen Journalismus bringen, die Massenmedien langfristig gesehen, wie bereits kurz erwähnt, nicht verdrängen und deren Dominanz nicht gefährden werden. Dennoch waren sich Journalisten, welche sich eingehender mit dem Thema beschäftigten, bereits im Jahr 2002 des Umstandes bewusst, dass die in Blogs veröffentlichten und diskutierten Meldungen Einfluss auf die Berichterstattung in den Medien nehmen würden, und somit als Zusatz zur herkömmlichen Berichterstattung zu betrachten

²¹² Oy. Wir müssen reden. S. 4

²¹³ ebd. S. 2

²¹⁴ vgl. Krempl. Krieg und Internet. S. 224

sind. „Weblogs will inform old media. They will increasingly be a source of information that traditional media will rely on.“²¹⁵ Darüber hinaus stellen Blogs durch ihre nicht-journalistische Herangehens- und Interpretationsweise von Nachrichtenthemen und das durch das Internet ermöglichte ungehinderte Mitteilen von persönlichen Meinungen „one of the healthiest media developments in a long time“ dar. „What also matters is the fact that people are having their say. [...] We are hearing new voices – not necessarily the voices of people who want to make a living by speaking out, but who want to say what they think and be heard, even if only by relatively few people.“²¹⁶

Ein weiterer wesentlicher Faktor, der charakteristisch für Weblogs ist und diese in ihrer Importanz als berichterstattendes Medium erheblich von den Massenmedien unterscheidet, ist jener der Unmittelbarkeit. „Immediately following an event of political consequence [...] bloggers have the ability to post their immediate reactions before other forms of media can respond. Beyond initial reactions, bloggers can also respond to other blog reactions before the mainstream media has time to react.“²¹⁷

Der Ursprung des ersten Weblogs datiert bereits zurück ins Jahr 1995 („it wasn't called Weblogging then“) als David Winer als einer der Pioniere des „Webloggings“ seinen ersten Blog veröffentlichte und bis dato als einer der einflussreichsten Blogger überhaupt gilt.²¹⁸

Der zunehmende Einfluss von Blogs auf unsere Gesellschaft darf, trotz der anfangs getätigten Aussage, nicht unterschätzt werden. Waren es im Jahr 1999, als das Wort „Weblog“ in Internet-Suchmaschinen eingegeben wurde, noch 9.000 Treffer und drei Jahre später bereits 624.000²¹⁹, so resultiert die Google-Suche heute in sage und schreibe 309.000.000 Ergebnissen. Blogs nehmen immer größer und signifikanter werdenden Einfluss sowohl auf das öffentliche als auch politische Leben, was wiederum in einer zunehmenden medialen Präsenz resultiert. Aus diesem Grund soll im Folgenden eine kurze Definition von Weblogs präsentiert werden, um anschließend die Signifikanz von Weblogs in Zusammenhang mit neuzeitlicher Kriegsberichterstattung näher auszuführen.

3.3.1. Versuch einer Definition von Weblog

Es zirkulieren zahlreiche Versuche, das Wort *Weblog* treffend zu beschreiben, und trotz des Mangels an einer homogenen Definition, sind sich alle Quellen über einen Punkt einig: „Der persönliche Ton und zahlreiche Links auf Originalquellen bilden wohl die beiden entscheidenden Merkmale eines Blogs.“²²⁰ Wall definiert *Weblogs* wie folgt:

²¹⁵ Lasica, J.D. Weblogs: A New Source of News. www.ojr.org/ojr/lasica/1019165278.php, Stand: 22.09.2011

²¹⁶ Gillmor. We the media. S. 139

²¹⁷ Drezner, Daniel W./Farrell, Henry. The Power and Politics of Blogs.

<http://www.danieldrezner.com/research/blogpaperfinal.pdf>, Stand: 22.09.2011, S. 16

²¹⁸ vgl. Lasica. Weblogs

²¹⁹ vgl. ebd.

²²⁰ Pisani, Francis. Salam Pax, Warblogs und andere Online-Tagebücher, <http://www.monde-diplomatique.de/pm/2003/08/15.mondeText.artikel,a0050.idx,13>, Stand: 22.09.2011

A blog is a more dynamic version of a personal website, being updated at least weekly, and sometimes daily, hourly or even more frequently with the most recent entries appearing first. Blogs rely on hyperlinks to other sites to enhance their own posts. The blogger often scouts the Web for interesting news and links to that information. The blogger may briefly summarize the link's content or may provide commentary, criticisms, or other personal thought about the information to which it is linked.²²¹

Wie auch Pisani sieht Bucher die wesentlichen Charakteristika eines Blogs in dessen Subjektivität und Individualität der Selektion der Inhalte und Links.²²² Für Gillmor wiederum ist die ausschlaggebendste Eigenschaft eines Blogs die Interaktivität der Nutzer, deren Formierungen zu einem Netzwerk die Aussagekraft und somit die Informationsbreite eines Blogs stärken. „Anyone who's dealt with networks knows that the network knows more than the individual.“²²³ Generell gesehen definiert Gillmor ähnlich wie Wall Blogs so: „[...] it's an online journal comprised of links and postings in reverse chronological order, meaning the most recent posting appears at the top of the page.“²²⁴

Des Weiteren bietet Bucher eine Art Merkmalsliste, mittels derer es erleichtert werden soll, Blogs zu definieren und zu kategorisieren. Folgende Punkte sind demnach Kennzeichen eines Weblogs: Individualisierung von Kommunikation, Reflexivität hinsichtlich der Medienkommunikation, Verlinkung und Vernetzung der Webkommunikation, Filterung und Selektion der Medienkommunikation, Interaktivität aller Beteiligten und Aufhebung der Grenzen zwischen Rezipient und Produzent und damit auch zwischen Profis und Laien.²²⁵

Sowohl Zivilpersonen als auch Journalisten sind in der Welt der Blogger anzutreffen. Von Journalisten bzw. Korrespondenten werden Blogs vorwiegend genutzt, um neben ihren medialen Beiträgen eine konträre Sichtweise kundzutun, fernab von Vorgaben der Medienanstalten. Dass dies nicht immer auf Zuspruch trifft, zeigen die zahlreichen erzwungenen Abschaltungen bloggender Journalisten, deren Arbeitgeber relativ unerfreut auf die Internetaktivitäten ihrer Korrespondenten reagierten.²²⁶

3.3.2. Bloggen in Kriegszeiten

Blogs stellen in dem heutigen, von neuen Technologien geprägten Zeitalter die Antwort auf den herkömmlichen Journalismus dar. Blogger läuteten als Laienjournalisten eine neue Ära der Informationspolitik ein, und übernehmen sozusagen den früher von Journalisten eingenommenen Platz der kontemporären Berichterstattung, wobei die Informationen aber gleichzeitig authentischer und persönlicher wirken. Durch die unmittelbare Nähe der Blogger

²²¹ Wall, Melissa. „Blogs of war“: Weblogs as news. *Journalism* 2005 6:153, <http://jou.sagepub.com/content/6/2/153>, Stand: 16.09.2011, S. 156

²²² vgl. Bucher. *Internet und Krieg*. S. 287

²²³ zit. in Lasica. *Weblogs*

²²⁴ Gillmor. *We the media*. S. 29

²²⁵ vgl. Bucher. *Internet und Krieg*. S. 288

²²⁶ vgl. ebd. S. 292f.

zum Kriegsgeschehen, wird der Öffentlichkeit der Eindruck des unzensierten Informationszuganges vermittelt.²²⁷

Als der Beginn der zunehmenden Popularität des Blogs wird der 11. September 2001 genannt, infolge dessen sich immer mehr Menschen dem Internet zuwandten, um einerseits Informationen zu beziehen, gleichzeitig jedoch auch um sich auszutauschen, da viele Neuigkeiten aufgrund der baldigen Überlastung der Server der großen TV-Sender nicht mehr abrufbar und somit nicht mehr zugänglich waren.

Schneller und persönlicher als andere berichteten die Autoren oder sogenannten Blogger über das Geschehen rund um das World Trade Center und stellten damit eine bessere Informationsquelle als die großen Medien dar, deren Server zudem noch durch die hohe Anzahl von Aufrufen nicht verfügbar waren. [...] In der Zeit nach dem 11. September führten Blogger heftige Diskussionen über Ursachen und Folgen des Attentats.²²⁸

Hauptgrund, warum sich in den den Anschlägen des 11. September folgenden Kriegen mehr und mehr Menschen dem Internet zuwandten, war wohl die Suche nach Mehrdimensionalität und Emotionen in der immer steriler werdenden Kriegsberichterstattung. „Millionen von Menschen, unbefriedigt mit der um ‚Sachlichkeit‘ bemühten Berichterstattung der Medien, suchen zurzeit im Web nach Sinn und Hintergrund, nach gesundem Menschenverstand, nach Gefühlen und nach dem anderen Blickwinkel auf die Ereignisse.“²²⁹ Nicht nur Sterilität ist ausschlaggebend für das Abwenden von Nachrichtenhungrigen, auch der „überschäumende Patriotismus“ in den Nachrichtenmedien ist für viele Grund genug, sich Blogs zuzuwenden.²³⁰ Diese Zuwendung hin zum Internet und den Weblogs hat allerdings noch diverse weitere Gründe. So ist sich der Großteil der Medienkonsumenten der hinter den TV-Bildern und –Nachrichten versteckten Propaganda-Maschinerie bewusst, welche unter anderem auch für das Fehlen von Opferbildern in den Medien verantwortlich zu machen ist.²³¹

Während des aktuellen Irakkrieges kam eine besondere Form des Blogs auf: der *War-* bzw. *Milblog*. Folgender Punkt bietet eine kurze Einführung in dieses relativ neue mediale Phänomen und stellt anschließend den Bezug zur massenmedialen Berichterstattung her.

²²⁷ vgl. Roering, Johanna. Technolibertäre Newsblogs und der Warrior-Citizen Journalist. In: Glunz, Claudia/Schneider, Thomas F. (Hg.) *Wahrheitsmaschinen. Der Einfluss technischer Innovationen auf die Darstellung und das Bild des Krieges in den Medien und Künsten*. Göttingen: V&R 2010, S. 125

²²⁸ zit. in Fricke. Erzählstimmen aus dem Terror. S. 175

²²⁹ Patalong, Frank. Warblogging. Ganz andere Kriegsnachrichten. www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,241981-2,00.html, Stand: 22.09.2011

²³⁰ Paul, Gerhard. Der Bilderkrieg. S. 119

²³¹ vgl. Patalong. Warblogging

3.3.3. Warblogs – eine Definition

Der Unterschied zwischen herkömmlichen Blogs und *War-* bzw. *Milblogs* liegt darin, dass Blogs allgemeine Themen behandeln und diskutieren, während *Warblogs* online-Tagebücher darstellen, welche sich auf kriegsspezifische Themen spezialisieren, vor allem auf den Irakkrieg.²³² Roering beschreibt *Milblogs* wie folgt: „Milblogs definieren sich vor allem über die Zugehörigkeit der Blogger zum Militär, und soldatische Blogs aus dem Irak machen die größte Untergruppe der Milblogs aus.“²³³ Ähnlich drückt es Paul aus:

Im Unterschied zu den themenspezifischen, eher sachlichen Internet-Logbüchern handelt es sich bei den Warblogs um mit Links angereicherte tagebuchartige Eintragungen im Netz, die den technisch-martialisch geprägten Nachrichten die menschliche Perspektive der Betroffenen und Opfer entgegenstellen.²³⁴

Fricke wiederum unterteilt das Phänomen *Warblog* in drei weitere Unterkapitel:

Blogs mit oft politischer Ausrichtung, die sich mit militärischen Konflikten beschäftigen, deren Autoren jedoch nicht direkt im Kampfgebiet anwesend sind. Blogs betroffener Einheimischer, die ihren Alltag in Konfliktgebieten und ihre Sicht der Dinge schildern. [...] Blogs von Soldaten, auch als Milblogs bezeichnet.²³⁵

Anders als die vorher erwähnten Definitionen, unterscheidet Fricke also zwischen den Begriffen *Warblog* und *Milblog*. Unabhängig von dieser Differenz in der Definition zeichnen sich all diese Erscheinungsformen, wie bereits aus der Definition des Begriffes *Weblog* ersichtlich wurde, durch die persönliche Note der posts aus. Im Zusammenhang mit *Warblogs* dient das Internet bzw. Blogging als Sprachrohr für Personen, die mit der medialen Berichterstattung über den Krieg unzufrieden sind und auf diesem Wege ihrer Stimme Gehör verschaffen und ihren Unmut kundtun wollen. „Im Gegensatz dazu bietet der Blog eine ermächtigende Sprecher-Position, die der Passivität des Medienkonsumenten ein Ende bereiten könnte.“²³⁶

3.3.4. Divergenz der *Warblogs* zur medialen Kriegsberichterstattung

Die Stärke von *War-* bzw. *Milblogs* liegt in der Tatsache, dass deren Verfasser aufgrund der Außenseiterposition von Blogs „Glaubwürdigkeits- und Gültigkeitseffekte“²³⁷ zugute kommen, was sie von der herkömmlichen Medienberichterstattung abhebt. Dies ist ebenfalls eines der Merkmale der Milblogs. „Die Milblogger sehen sich [...] als durch neue Technologien

²³² vgl. Pisani, Francis. Salam Pax, Warblogs und andere Online-Tagebücher

²³³ Roering. Technolibertäre Newsblogs. S. 131

²³⁴ Paul. Der Bilderkrieg. S. 122

²³⁵ Fricke. Erzählstimmen aus dem Terror. S. 175

²³⁶ Roering. Technolibertäre Newsblogs. S. 132

²³⁷ ebd., S. 134

ermächtigt, die korrumpierenden Einflüsse der großen Medienanbieter anzugreifen.“²³⁸ Außerdem bietet die Berichterstattung vonseiten der im Irak stationierten Soldaten auch eine andere Sichtweise auf die Geschehnisse – eine Sichtweise, die im Gegensatz zu den Massenmedien ein ungeschminktes Bild der Front widerspiegelt. „[...] blogs offer readers a soldier’s-eye report that seems more credible – straight from the trenches, complete with interesting anecdotes and colorful descriptions – a perspective that is clearly unsanitized by Army leadership.“²³⁹

Ein weiterer Faktor, der den Blogs einen Vorteil gegenüber der herkömmlichen Berichterstattung einräumt, ist die Multimedialität der Einträge. Während Journalisten und Medienmacher auf eine Art der Publikationsweise beschränkt sind, bietet das Internet die Möglichkeit, Nachrichten aller Art hinsichtlich ihrer medialen Darstellungen (seien es Text, Foto, Videos, etc.) miteinander zu kombinieren. Diesen Umstand machen sich auch die Soldaten in ihren *Milblogs* zu eigen. „Der technische Fortschritt erleichtert es den Soldaten, Bilder, Tondokumente und Videos sofort online zu stellen oder dem Leser durch *Webcams* eine direkte Verbindung in die Krisenregion zu ermöglichen.“²⁴⁰

Abschließend lässt sich sagen, dass *Warblogs* natürlich eine interessante und innovative Alternative zu den als immer unseriöser und unauthentischer geltenden Nachrichtenmedien darstellen. Der Reiz liegt in der persönlichen Note der Blogs und in dem, so scheint es zumindest, uneingeschränkten Zugang zu Informationen und Wahrheiten aller Art. Diese Annahme ist jedoch mit Vorsicht zu genießen, denn „ob immer alles echt und wahr ist, lässt sich von den Blogs so wenig sagen wie von den abendlichen Fernsehnachrichten.“²⁴¹

3.3.4.1. Salam Pax’ Warblog als Vorzeigemodell realitätsgetreuer Kriegsberichterstattung

Einer der wohl bekanntesten Warblogger ist der Iraker Salam Pax, welcher mit seinem Kriegstagebuch „Where is Raed“²⁴² direkt aus Bagdad berichtete und so zu internationalem Ruhm gelangte. Obwohl zu Beginn an der Authentizität seiner Berichterstattung gezweifelt und ihm zwischenzeitlich sogar Tätigkeiten für die CIA und den Mossad unterstellt wurden²⁴³, gehört Salam Pax’ *Warblog* in der Zwischenzeit zu dem „am meisten erwähnten Weblog in der Berichterstattung.“²⁴⁴

Vom Spiegel als „Chronist des Chaos“²⁴⁵ bezeichnet, oder weiters bekannt als der „Baghdad Blogger“,²⁴⁶ berichtete Pax aus dem Irak vor und während der Besetzung der

²³⁸ Roering. Technolibertäre Newsblogs. S. 134

²³⁹ zit. in Fricke. Erzählstimmen aus dem Terror. S. 176

²⁴⁰ ebd., S. 181, Hervorhebung d. Autors

²⁴¹ Patalong. Warblogging

²⁴² siehe hierzu http://dear_raed.blogspot.com/

²⁴³ vgl. McCarthy, Rory. Salam’s story. <http://www.guardian.co.uk/world/2003/may/30/iraq.digitalmedia>, Stand: 22.09.2011

²⁴⁴ Bucher. Internet und Krieg. S. 289

²⁴⁵ vgl. Patalong, Frank. Chronist des Chaos. Salam Pax macht es in den Medien. www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,251243,00.html, Stand: 22.09.2011

Amerikaner. Seine zutiefst subjektiven Schilderungen vermittelten einen persönlichen Bezug zu den Vorkommnissen im Kriegsgebiet, ein Aspekt, den viele in den Medienbeiträgen vermissten und in seinem Blog wiederfanden. Diese Form der Berichterstattung war auch der ausschlaggebende Grund, warum Pax im Juli 2003 von der britischen Qualitäts- und Tageszeitung *Guardian* einen Vertrag für eine Kolumne erhielt, welche zwei Mal monatlich erscheinen sollte.

Als Gründe für seine Art der Berichterstattung nannte Pax die Intention, den Irak und die irakische Kultur im Allgemeinen der westlichen Welt zugänglicher und verständlicher zu machen. „Ich habe versucht, in meinem Tagebuch möglichst viel zu erklären, Traditionen, unsere Kultur. Warum etwas bei uns ist, wie es ist. Die Leute denken die seltsamsten Dinge über die Iraker.“²⁴⁷ Salam Pax vermochte es mit seinem Blog eine irakische Sichtweise auf den Irakkrieg zu vermitteln, die in der Berichterstattung der Massenmedien größtenteils ausgeblendet wurde.

Salam Pax stellt natürlich nur ein berühmtes Beispiel unter einer Vielzahl von *War-* und *Milbloggern* dar, welche durch ihre Berichterstattung zu der zunehmenden Einflusskraft dieser neuen Form der Kommunikation beitragen. Doch nicht nur Blogs werden in Kriegszeiten als Informationskanal des Web 2.0 verwendet. Auch Videoportale spielen neben ihrer Unterhaltungsfunktion eine immer bedeutendere Rolle hinsichtlich Informationsvermittlung. Inwiefern dies für die vorliegende Arbeit von Bedeutung ist, soll im letzten Teil dieses Kapitels genauer erläutert werden.

3.4. Videoplattformen und ihre kommunikative Rollenzuschreibung

3.4.1. Definition von Videoplattformen

Das Verständnis des Begriffes Videoplattform trägt einen entscheidenden Teil dazu bei, das Thema der vorliegenden Arbeit richtig zu interpretieren. Somit ist es nötig, diesen Begriff kurz zu erläutern, um Missverständnissen vorzubeugen und die Relevanz dieses Begriffes zu verdeutlichen.

Gugel und Müller unterscheiden zwischen den Begriffen „Videohoster“ und „Videoportal“, wobei als Videohoster Internetseiten bezeichnet werden, auf denen es den Benutzern ermöglicht wird, „Videos einfach, schnell und kostenlos ins Internet zu laden und zu veröffentlichen.“²⁴⁸ Als Videoportal wiederum definieren sie Plattformen, welche als

²⁴⁶ McCarthy. Salam's story

²⁴⁷ Stillich, Sven. Salam Pax. Wir müssen Hoffnung haben. <http://www.stern.de/digital/online/salam-pax-wir-muessen-hoffnung-haben-514341.html>, Stand: 22.09.2011

²⁴⁸ Gugel, Bertram/Müller, Harald. TV 2.0. http://www.gugelproductions.de/blog/wp-content/uploads/2007/07/tv20_gugel_mueller.pdf, Stand: 22.09.2011, S. 16

„Suchmaschinen, Aggregatoren und Guides“ dienen, um das Angebot an verfügbaren Videohostern und Videos überschaubarer zu machen.²⁴⁹ Hinsichtlich der beiden Definitionen gilt es in diesem Zusammenhang allerdings Machill und Zenker zuzustimmen, wenn diese Videohoster und Videoportal synonym verwenden, da sich vor allem in den letzten Jahren die umgangssprachliche Bezeichnung Videoportal für Seiten wie *YouTube* durchgesetzt hat, weswegen der Begriff Videohoster als nicht brauchbar verworfen wurde.²⁵⁰ Demzufolge definieren Machill und Zenker Videoportale wie folgt:

Aus technischer Sicht stellen Videoportale wie CLIPFISH, MYVIDEO, YOUTUBE und Co. nichts weiter als riesige Datenbanken dar, die die meist kurzen Videoclips beherbergen („hosten“) und eine Suche im Videoarchiv mittels Schlagworten ermöglichen.²⁵¹

Videoportale zeichnen sich außerdem dadurch aus, dass ihre Inhalte nicht zum Herunterladen, sondern zum Ansehen online gedacht sind. Im Gegensatz zu herkömmlichen Medien wie Radio oder Fernsehen, stellen Videoportale keine Medienform dar, die vom Benutzer nur partiell oder unbewusst wahrgenommen wird bzw. werden kann, da Videoportale bewusst genutzt werden und nach deren Inhalten gezielt gesucht wird. „Die Angebote generieren 100 Prozent Aufmerksamkeit. Denn die Videos werden nur auf Anfrage abgespielt.“²⁵² Darüber hinaus gelten Videoportale als „Webseiten, die einerseits das Hochladen von Videos ermöglichen, andererseits Videostreams auf einem eingebundenen Player kostenfrei zur Verfügung stellen. Das heißt, dass die Inhalte in der Regel von den verschiedenen Nutzern eingestellt werden und nicht nur vom Betreiber der Webseite.“²⁵³

Neben Unterhaltung tragen Videoportale effektiv zu politischer Willensbildung bei, was vor allem auf ältere Nutzer von Videoportalen zutrifft. So spricht Madden in einer Studie von 37 % Erwachsener ab 30, welche sich überwiegend für Nachrichtenclips interessierten, dicht gefolgt von Unterhaltungsclips.²⁵⁴ Obwohl also Unterhaltungsformate die Online-Videonutzung vor allem junger Konsumenten dominieren, können Videoportale trotzdem sinnvoll für die politische Willensbildung genutzt werden, da sie zwar kleinen, aber aktiven Publika den einfachen Zugang zu für sie relevantem Material ermöglichen.²⁵⁵

²⁴⁹ vgl. Gugel/Müller. TV 2.0., S. 18

²⁵⁰ Machill, Marcel/Zenker, Martin. *YouTube, Clipfish und das Ende des Fernsehens? Problemfelder und Nutzung von Videoportalen*. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung, Stabsabt. 2007, S. 9

²⁵¹ ebd.

²⁵² Machill/Zenker. YouTube, Clipfish und das Ende des Fernsehens? S. 11

²⁵³ Videoportale in Deutschland. Im Spannungsfeld zwischen Fernsehen und Internet.

http://www.swissmediatool.ch/_files/researchDB/193.pdf, Stand: 08. 12. 2011, S. 5

²⁵⁴ vgl. Madden, Mary. Online Video. pewinternet.org/Reports/2007/Online-Video.aspx, Stand: 22.09.2011, S. ii

²⁵⁵ vgl. Machill/Zenker. YouTube, Clipfish und das Ende des Fernsehens? S. 14f.

3.4.2. YouTube

Die Videoplattform *YouTube* ist seit ihrer Gründung im Jahr 2005 unangefochtener Marktführer bei den Videoportalen.²⁵⁶ Aus diesem Grund soll im Folgenden ein kurzer Überblick über die Charakteristika *YouTubes* geschaffen werden, um die Kontextualisierung des letzten Kapitels zu vereinfachen.

Bei *YouTube* handelt es sich, um Banita zu zitieren, um einen „benutzerfreundlichen Hybrid aus Blog, Datenaustausch und sozialem Netzwerk.“²⁵⁷

Obwohl im Jahr 2007 die Nutzerzahlen von *YouTube* erstmals stagnierten, stiegen die Zahlen in den Bereichen Nutzungszeit pro Monat und Nutzer weiterhin, wodurch die Gesamtnutzungsdauer *YouTubes* alleine in den USA 51,3 Millionen Stunden pro Monat beträgt.²⁵⁸

YouTube bietet nicht nur Privatnutzern die Möglichkeit, persönliche Videos online zu stellen, es bietet auch Unternehmen sowie Regierungseinrichtungen die Option, das Videoportal für die Publikation eigener Interessen zu verwenden. US-amerikanische öffentliche Einrichtungen wie die „*International Association of Chiefs of Police*“ nutzen *YouTube* zur Verbrechensbekämpfung, und empfehlen die Plattform für folgende Maßnahmen: Crime Solvers Information, Recruitment, Crime Prevention and Safety Tips, Chief's Message, Press Conferences und Event Promotion and Follow-Up.²⁵⁹

Burgess et al. definieren die ursprüngliche Idee hinter *YouTube* folgendermaßen:

YouTube was one of a number of competing services aiming to remove the technical barriers to the widespread sharing of video online. The website provided a very simple, integrated interface within which users could upload, publish, and view streaming videos without high levels of technical knowledge, and within the technological constraints of standard browsers software and relatively modest bandwidth.²⁶⁰

Trotz der Tatsache, dass *YouTube* zu Beginn noch erhebliche Startschwierigkeiten hatte sich in der Öffentlichkeit durchzusetzen und sich einen Namen zu machen²⁶¹, ist die Videoplattform heute nicht mehr aus der Welt der Online-Videos wegzudenken. Aufgrund des Interaktionsangebots zwischen den Benutzern (zum Beispiel der Rating- und Commentingfunktion von Videos) wird die Plattform zu einem aktiven, virtuellen

²⁵⁶ vgl. Machill/Zenker. YouTube, Clipfish und das Ende des Fernsehens? S. 13

²⁵⁷ Banita, Georgian. 9/11, YouTube und die neue Empfindsamkeit. In: Poppe, Sandra et al. (Hg.) *9/11 als kulturelle Zäsur. Repräsentation des 11. September 2001 in kulturellen Diskursen, Literatur und visuellen Medien*. Bielefeld: transcript 2009, S. 282

²⁵⁸ vgl. Machill/Zenker. YouTube. S. 15

²⁵⁹ vgl. International Association of Chiefs of Police. YouTube Fact Sheet.

<http://www.iacpsocialmedia.org/Portals/1/documents/Fact%20Sheets/YouTube%20Fact%20Sheet.pdf>, Stand: 22.09.2011

²⁶⁰ Burgess, Jean et al. *YouTube. Online video and participatory culture*. Cambridge (u.a.): Polity Press 2009, S. 1

²⁶¹ vgl. ebd., S. 2f.

Austauschinstrument das es den Nutzern ermöglicht, gepostete Videos zu kommentieren und zu bewerten. Ein Markenzeichen der auf *YouTube* veröffentlichten Videos ist ihr low-tech Format, was von der Amateurkultur der Plattform zeugt.²⁶²

Die Attraktivität der Plattform ist außerdem unter anderem in einem „individualisierten, programmunabhängigen Zugriff, der Möglichkeit der unendlichen Wiederholbarkeit sowie der Option, das Geschehen auch per Mobiltelefon oder per Link an FreundInnen zu versenden und damit Anschlusskommunikation und Beziehungspflege zu ermöglichen“²⁶³ zu finden.

3.4.2.1. *Der YouTube Effect*

Der *YouTube Effect* gründet sich, ähnlich wie das Phänomen des *CNN-Effects*²⁶⁴, auf der zunehmenden Popularität der Internetplattform und der daraus resultierenden Instrumentalisierung des Videoportals als Quelle für in den herkömmlichen Medien unzugängliche Informationen u.a. in Krisengebieten. Naim beschreibt den *YouTube Effect* als „phenomenon whereby video clips, often produced by individuals acting on their own, are rapidly disseminated worldwide on websites such as YouTube or Google Video.“²⁶⁵ *YouTube* dient also nicht nur als Plattform für Nachrichtenanstalten oder für Unterhaltungszwecke, sondern wurde als Instrument umfunktionalisiert, Konfliktsituationen von bisher unbekanntem oder verabsäumten Nachrichteninformationen mithilfe von Laienjournalisten und Zivilisten publik zu machen.²⁶⁶

Der *YouTube Effect* bezieht sich des Weiteren auf Bilder und Nachrichten, welche ihre Popularität erst durch die ständige Abrufbarkeit auf der Videoplattform erreichten. „Dies verweist darauf, dass *YouTube* Öffentlichkeiten herzustellen in der Lage ist, auch wenn dies möglicherweise nicht in der Absicht derjenigen lag, die bestimmte Videos eingestellt haben, und auch nicht im Interesse des primär am wirtschaftlichen Erfolg orientierten Unternehmens lag.“²⁶⁷ Hauptproblemfaktor dabei ist jedoch die Tatsache, dass den Nutzern des Videoportals vorenthalten bleibt, wie hoch der Realitätsgehalt bei besagten Videos ist. „Some videos reveal truths. Others spread propaganda and outright lies.“²⁶⁸

Neben diesem Unsicherheitsfaktor des Wahrheits- und Realitätsgehalts der geposteten Videos, stellen auch intendierte Zensurmaßnahmen vonseiten diverser Regierungseinrichtungen eine nicht zu unterschätzende Problematik dar. Die US-

²⁶² vgl. Burgess, Jean et al. YouTube. S. 4f.

²⁶³ Virchow/Thomas. Cyberspace Battleground. S. 109

²⁶⁴ Der so genannte CNN-Effect, der verstärkt während des Zweiten Golfkrieges auftrat, kann folgendermaßen definiert werden: „[...] the effect of live and continuous television coverage of foreign affairs on the conduct of diplomacy and waging the war. [...] it meant that the world was now wired, open to instantaneous coverage, and that the coverage affected everyone and everything, including word leaders and their tactics and strategy.“ siehe hierzu Hess, Stephen/Kalb, Marvin. The Media and the War on Terrorism. Washington D.C.: Brookings Institution Press 2003, S. 63

²⁶⁵ Naim, Moises. The 'YouTube effect'. www.foreignpolicy.com/articles/2006/12/27/the_youtube_effect, Stand: 22.09.2011

²⁶⁶ ebd.

²⁶⁷ vgl. Virchow, Fabian/Thomas, Tanja. „Cyberspace Battleground“. Kriegsvideos auf YouTube. In: Glunz, Claudia/Schneider, Thomas F. (Hg.) *Wahrheitsmaschinen. Der Einfluss technischer Innovationen auf die Darstellung und das Bild des Krieges in den Medien und Künsten*. Göttingen: V&R 2010, S. 111

²⁶⁸ Naim. The YouTube effect

amerikanische Regierung zum Beispiel greift in Sachen Internetjournalisten hart durch: beinahe ein Drittel aller inhaftierten Journalisten im Jahre 2006 waren Internetjournalisten.²⁶⁹ Im Mai 2007 teilte die US-Regierung mit, dass gepostete Videos von im Irak stationierten US-Soldaten in Zukunft stärker kontrolliert werden würden, aus Angst, den Medienkrieg aufgrund der Sichtbarmachung der Verwundbarkeit der amerikanischen Soldaten zu verlieren.²⁷⁰

Die immer größer werdende Popularität *YouTubes* ist demnach ein zweiseitiges Schwert. Einerseits erhalten die Nutzer die Möglichkeit, von den zahlreichen mit Handykameras ausgestatteten Nutzern zumindest überblicksmäßig einen Eindruck von einer von den Medien ausgeblendeten Konfliktsituation zu erhalten. Andererseits wird es durch das immer größer werdende Angebot an solchen Videos zunehmend schwieriger, zwischen real und fiktional zu unterscheiden.²⁷¹ Wie am aktuellen Beispiel des Irakkrieges zu sehen ist, werden Medien und somit auch das Internet als Propagandamittel zur Unterstützung des Medienkrieges verwendet. Naim heißt die zunehmende Zahl an „reliable guides“ gut, welche sich damit beschäftigen, so genannte „fakes“ zu enttarnen, und somit die unendlichen Weiten des Internets ein wenig sicherer vor nicht realitätsgetreuen Informationen zu machen. Trotzdem ist bei dem Bezug auf *YouTube* Videos Vorsicht geboten, da das tägliche Hinzukommen von 65.000 neuen Videos das Informationsangebot nahezu unüberschaubar und somit umso anfälliger für Falschmeldungen macht.²⁷²

3.4.3. Beispiele anderer Videoplattformen

Neben *YouTube* sind im Internet noch zahlreiche weitere Videoplattformen vertreten, wobei deren Popularität meistens je nach Sprach- und Kulturraum variiert.

In Deutschland rangierte laut einer Studie im Jahr 2007 *YouTube* klar an erster Stelle, gefolgt von *MyVideo*, *Clipfish*, *Google Video*, *Sevenload* und *DailyMotion*. In den USA beträgt der Marktanteil von *YouTube* gar 60 %, gefolgt von *MySpace* mit 16 % und *Google Video* mit 8 %. Neben diesen Videoportalen gibt es noch eine Vielzahl von Videoblogs und Angeboten an Web-TV bzw. TV 2.0, doch die Dominanz der Videoportale in Sachen Anwenderzahl und Frequentierung bleibt aufgrund der höheren Bandbreite an Zielpublika unangefochten an erster Stelle.²⁷³

²⁶⁹ vgl. Naim. The YouTube effect

²⁷⁰ Diestelberg, Michael. Pentagon zeigt Irak-Krieg via YouTube-Channel. <http://winfuture.de/news,31536.html>, Stand: 22.09.2011

²⁷¹ Naim. The YouTube effect

²⁷² vgl. ebd.

²⁷³ vgl. Gugel, Bertram/Müller, Harald. TV 2.0. http://www.gugelproductions.de/blog/wp-content/uploads/2007/07/tv20_gugel_mueller.pdf, Stand: 22.09.2011, S. 9-16

3.4.4. Videoplattformen der US-Regierung

Um die amerikanischen Soldaten daran zu hindern, für die feindlichen Truppen potentiell wichtige Informationen via Video- bzw. Internetbotschaften preiszugeben, wird „friendly information“ wie zum Beispiel Blogs und E-Mail der Soldaten ständig vom Pentagon kontrolliert.²⁷⁴

Dieser Kontrolle unterworfen sind seit Neuestem auch bekannte Videoplattformen wie *YouTube*, deren Pforten für die US-amerikanischen Soldaten im Jahr 2007 auf Geheiß des Pentagons hin geschlossen wurden.²⁷⁵ Um im immer multimedialer werdenden Medienkrieg jedoch weiter Fuß fassen zu können, hat das Pentagon *YouTube* sozusagen für sich entdeckt, und einen eigenen Channel namens *MNFIRAQ* gegründet.²⁷⁶ Im Vordergrund der Video-Posts des Channels steht primär die Heldenhaftigkeit der US-Soldaten, deren Image der Unverwundbarkeit durch zahlreiche Anti-Kriegsfilme erheblich beeinträchtigt wurde und nunmehr mittels dieses Channels gestärkt werden soll.²⁷⁷ Neben der bereits aus den Massenmedien bekannten Heldeninszenierung der US-Soldaten, stützen sich die Bilder des Channels auf den Actioncharakter und Unterhaltungswert des Krieges.

Man will zwar Niederlagen und Opfer auf der eigenen Seite nicht zeigen, wohl aber unterhaltsame Einsätze, bei denen der Gegner unterliegt. [...] Kurz und gut, es gibt also Propaganda für die gute Sache, gemixt mit einem Schuss an Action, weil man weiß, dass die Aktionen der Gutmenschen bei der Völkerverständigung den möglichen Zuschauern, die sich durch die Medien zappen und das Internet durchsurfen, einfach zu langweilig wäre.²⁷⁸

Gleichzeitig wird durch diese Bilder jedoch auch das Surreale dieser „Operation Iraqi Freedom“ gezeigt. Rötzer spricht von auf den Bildern zu sehenden, sich wie Fremdkörper durch ihnen unbekanntes Gefilde bewegenden US-Soldaten, von denen bereits Salam Pax in seinem Blog berichtete. Das Untermauern der von den amerikanischen Politikern und Medien geschaffenen irakischen Feindbilder wird in den gezeigten Bildern umso deutlicher. Nach Bildern vom Versagen und der Fehlbarkeit der amerikanischen Streitkräfte wird jedoch vergeblich gesucht. Die Bilder des *YouTube*-Channels des Pentagons sollen nicht dazu dienen, die Realität abzubilden, sondern dazu, den Patriotismus und die Unterstützung der an der Front kämpfenden Soldaten zu stärken. Hierin liegt jedoch auch der größte Kritikpunkt.

Was die politisch und moralisch überlegene Macht demonstrieren müsste, wäre eine ehrliche Aufklärung und vor allem ein deutliches und klares Eingeständnis, wenn Fehler begangen wurden und unschuldige Menschen leiden mussten. Davon ist das Pentagon

²⁷⁴ vgl. Rötzer, Florian. Der YouTube-Channel des Pentagon. <http://www.heise.de/tp/artikel/25/25198/1.html>, Stand: 22.09.2011

²⁷⁵ vgl. Diestelberg, Michael. TroopTube. Pentagon bringt Videportal für Soldaten. <http://winfuture.de/news,43544.html>, Stand: 22.09.2011

²⁷⁶ vgl. Rötzer. Der YouTube-Channel des Pentagon

²⁷⁷ vgl. Diestelberg. Pentagon zeigt Irak-Krieg via YouTube-Channel

²⁷⁸ Rötzer. Der YouTube-Channel des Pentagons

noch weit entfernt, das immer noch altmodisch auf Propaganda, statt auf Transparenz setzt.²⁷⁹

Ein weiteres Beispiel für regierungseigene Videoplattformen ist die Internetseite TroopTube.tv, welche jedoch am 31. Juli 2011 geschlossen wurde.²⁸⁰ Da es durch die private, unkontrollierte Veröffentlichung von Videos durch US-Soldaten auf herkömmlichen Videoplattformen anscheinend immer wieder zu Problemen gekommen war, gründete Military OneSource, eine Abteilung des Pentagons, eine eigene Videoplattform, die ausschließlich von Soldaten benutzt werden konnte. Primärer Nutzungszweck bis ins Jahr 2008 waren Grußbotschaften an die Heimat und Berichterstattungen über Veranstaltungen, Bilder von Kampfeinsätzen gibt es kaum. Bevor die Videos online gestellt wurden, wurden diese vorher noch auf potentiell gefährliche Inhalte überprüft. „Dies soll sicherstellen, dass keine sensiblen Informationen über die Einsätze an die Öffentlichkeit gelangen, denn ansehen kann die Videos jeder.“²⁸¹

²⁷⁹ Rötzer. Der YouTube-Channel des Pentagons

²⁸⁰ <https://www.militaryonesource.com/Default.aspx?tabid=982>

²⁸¹ Diestelberg. TroopTube

4. Die Instrumentalisierung der Videoportale

Im Zuge der Zuwendung der Öffentlichkeit hin zum Internet auf der Suche nach mehr Realität und Wahrheitsgehalt in der Kriegsberichterstattung während des Irakkrieges, kam es zu einer Instrumentalisierung der Videoportale auf zwei Seiten – sowohl die US-Regierung als auch die Soldaten an der Front machten sich das Internet zu Nutze, um der Öffentlichkeit ein von den Medien unbeeinflusstes und teils vollkommen konträres Bild über den Krieg zu vermitteln. Hierbei unterschieden sich die Darstellungsweisen und –methoden der beiden Parteien jedoch stellenweise grundlegend. Während die US-Regierung mittels der Videoportale darauf abzielte, einen bereits aus den Medien bekannten reingewaschenen und sauberen Krieg zu präsentieren, vermittelten die von den im Irak stationierten Soldaten veröffentlichten Videos eine oftmals verstörende und grausame, jedoch authentischer wirkende Wirklichkeit vom Kriegsalltag.

Durch die im vorherigen Kapitel besprochenen Statistiken über die Internetnutzung in Kriegszeiten, hatte die US-Regierung schnell erkannt, dass es in einer immer digitalisierter werdenden Informationsgesellschaft nicht mehr ausreichte, die Meinung der Öffentlichkeit allein mittels herkömmlicher Massenmedien zu beeinflussen und zu steuern. Dies ist einer der Gründe, warum von der US-Regierung eigene Videoportale als neue Propagandawerkzeuge in einem hoch technologisierten Krieg eingesetzt wurden, der Zugang zu diesen jedoch gleichzeitig für US-Soldaten restringiert und Nachrichten vor deren Veröffentlichung auf ihre Inhalte und potentielle Risikofaktoren überprüft wurden. Videoportale sollten in diesem Informations- und Medienkrieg fortan als Instrumente der propagandistischen Medienpolitik der amerikanischen Regierung dienen, um sozusagen den bereits modulierten Erwartungen der Öffentlichkeit zu entsprechen.

Diese Internetseiten wurden jedoch nicht nur von den USA für den Zweck der Informationsverbreitung genutzt, sondern dienten gleichzeitig auch als Einschüchterungsversuche vonseiten der Aufständischen, um die Besatzer zu verunsichern und ihnen durch Videobotschaften zu drohen. Denn im Gegensatz zu den amerikanischen Medien, hatten die al-Qaida Mitglieder keine Skrupel, Bilder getöteter Soldaten zu zeigen bzw. diese sogar vor laufender Kamera zu töten.²⁸²

²⁸² Der US-amerikanische Journalist Nick Berg wurde im Jahr 2004 vor laufender Kamera von Islamisten enthauptet, vgl. hierzu Militants Behead American Hostage in Iraq, <http://www.foxnews.com/story/0,2933,119615,00.html>, Stand: 12.11.2011

4.1. Videoportale der US-Regierung

Wie bereits mehrmals erwähnt, reagierte die US-Regierung auf die angebliche Bedrohung der nationalen Sicherheit durch die von US-Soldaten auf öffentlichen Videoportalen wie *YouTube* oder *MySpace* veröffentlichten Videos mit Argwohn, was in einer Zugangssperre bzw. in Zensurmaßnahmen gipfelte. Anstatt jedoch auf die Nutzung des Internets bzw. der Videoportale komplett zu verzichten, reagierte das US-Verteidigungsministerium mit der Gründung eines eigenen Videoportals, um mittels Videobotschaften und Videos von Kampfeinsätzen das intendierte Image eines nach außen hin sauberen Krieges zu pflegen und zu untermauern. Dass es sich hierbei jedoch primär um eine Erweiterung der bereits von den *embedded journalists* angewandten Propagandapolitik handelte, soll durch die Analyse ausgewählter Videos der Videoplattformen der US-Regierung untersucht und belegt werden.

4.1.1. Methodik

Im Folgenden soll eine Analyse der Videos der Videoportale der US-Regierung stattfinden. Zentrum dieser Analyse stellt die Untersuchung auf Bildästhetik und Bildsprache hin dar, sowie auf Bildformat und Stil der jeweiligen Videos. Hierbei bilden speziell ausgewählte Videobeispiele die Grundlage der Untersuchung. Die hier vorgenommene Analyse beschränkt sich jedoch primär auf das *YouTube*-Videoportal des US-Verteidigungsministeriums, *MNFIRAQ*, da dieses einerseits einen guten Ausgangspunkt für die hier intendierte Analyse darstellt, und andererseits andere in Frage kommende Videoportale der Regierung für die Öffentlichkeit nicht zugänglich sind oder bereits wieder offline genommen wurden.

4.1.2. MNFIRAQ – Die YouTube-Seite des Pentagon

Wie bereits im letzten Kapitel kurz ausgeführt wurde, stellte das US-Verteidigungsministerium am 7. März 2007²⁸³ eine eigene *YouTube*-Seite mit dem Titel *MNFIRAQ* (Multi-National Force – Iraq) vor, welche als unterstützendes Instrument in einem zunehmend unpopulärer werdenden Krieg dienen sollte. Im Laufe der hier präsentierten Analyse wird versucht, die auf *MNFIRAQ* zu findenden Videos in die unten angeführten Kategorien einzuteilen, und einige ausgewählte Beispiele detaillierter auf ihre Inhalte und ihre Bildsprache zu untersuchen, da eine Gesamtanalyse des Videokontingents den Rahmen der vorliegenden Arbeit sprengen würde.

²⁸³ vgl. Christensen, Christian: Uploading dissonance: YouTube and the US occupation of Iraq in: Media, War & Conflict 2008 1:155, <http://mwc.sagepub.com/content/1/2/155>, Stand: 16.09.2011, S. 156

Der Videochannel verfügt über insgesamt 42 Videos, wobei das Hochladedatum den Zeitraum der Jahre 2007-2009 umfasst. Dem Nutzer werden von den Betreibern der Seite bereits vor dem ersten Ansehen der Videos die zu erwartenden Inhalte offen gelegt.

What you will see on this channel:

- Interaction between Coalition troops and the Iraqi populace.
- Teamwork between Coalition and Iraqi troops in the fight against terror.
- Interesting, eye-catching footage
- Combat action

What we will NOT post on this channel:

- Profanity
- Sexual content
- Overly graphic, disturbing or offensive material
- Footage that mocks Coalition Forces, Iraqi Security Forces or the citizens of Iraq.²⁸⁴

Erste Zensurierungsversuche der Inhalte werden also schon in diesen Richtlinien ersichtlich, da der Nutzer bereits im Vorhinein darauf aufmerksam gemacht wird, dass nur Bilder eines wenig verstörenden, jedoch sehr unterhaltsamen Krieges zu sehen sein werden.

Um einen groben Überblick über die Thematiken der Videos auf *MNFIRAQ* zu bieten, werden die auf dem Videoportal zu findenden Videos auf der folgenden Seite in einer Tabelle präsentiert, wobei die Reihung absteigend nach der Anzahl der Views erfolgt.

²⁸⁴ <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ>, Stand: 15.10.2011

Tabelle 1: Videos auf MNFIRAQ (Stand 12. November 2011)

Titel	Hochladedatum	Länge	Views
1 Battle on Haifa Street, Baghdad, Iraq	10. März 2007	02:57	4.863.182
2 Night Attack on Al Qaeda	15. März 2007	00:53	601.161
3 Baghdad Firefight, March 2007	20. März 2007	01:51	594.475
4 Insurgents Surrender After Gunship Attack, June 15, 2007	21. Juni 2007	02:08	434.475
5 Senior terrorists eliminated	24. Juli 2007	00:56	263.470
6 Long day in Baqubah, March 22, 2007	28. März 2007	01:41	249.026
7 Kidnap Victim Rescued, Baghdad, Jan. 2007	02. April 2007	02:11	239.606
8 Stryker Patrol Leads to Firefight	22. März 2007	02:16	133.263
9 Night Raid Near Baqubah, Iraq	09. März 2007	01:34	122.168
10 Rounding Up Insurgents, March 2007	01. April 2007	02:17	91.720
11 Taking Fire in Baqubah	05. April 2007	02:33	83.046
12 500 lbs. Bombs Hit Al Qaeda Staging Area	20. Nov. 2007	00:37	74.432
13 F/A-18 Hornets strike chlorine bomb truck	13. April 2007	01:07	64.846
14 Destroying Rocket Launchers Near Sadr City	07. Juni 2007	01:13	53.961
15 Fighting on the Rooftops, Tal Afar, Iraq	26. März 2007	02:12	50.917
16 More Fighting in Baqubah	03. Mai 2007	01:51	47.304
17 Troops Give Gifts to Iraqi Children	30. März 2007	01:42	45.051
18 Insurgent Headquarters Discovered, Destroyed	01. Aug. 2007	01:58	45.003
19 Counter Attack	10. Nov. 2007	00:42	43.581
20 Anti-Iraq Forces, Emplacement Engaged	04. Sept. 2007	02:31	40.939
21 Close call for Marines	21. Mai 2007	00:34	35.098
22 Battle on Haifa Street, Baghdad, Part 2	20. April 2007	03:01	34.646
23 Ruins of Nineveh in Mosul	15. Dez. 2008	02:02	33.722
24 Iraqi Boy Scouts Prepare For Jamboree	17. April 2007	01:44	31.635
25 F16s bomb IED factories, April 2007	13. Mai 2007	00:44	30.358
26 Baghdad Building Destruction	12. März 2007	01:02	27.577
27 Coalition investigates, then destroys IED factory	08. Mai 2007	01:39	25.753
28 Soldiers Find Intel in Ramadi	21. März 2007	00:49	22.742
29 Operation Exelen III, Feb. 25 2007	07. März 2007	01:40	20.157
30 , Blowing Up Land Mines	30. April 2008	00:52	20.016
31 Patrolling Baqubah, April 13, 2007	30. Mai 2007	02:54	18.899
32 Soft Knock' Search in Baghdad	23. April 2007	01:23	17.964
33 Kidnap Rescue	09. Febr. 2008	01:43	16.638
34 Destroying Chemical Factories, March 2007	09. April 2007	02:19	15.263
35 Apache Destroys Structure	17. März 2008	00:41	14.217
36 Apache Destroys Weapons Cache	06. April 2008	00:44	10.010
37 Senior terrorists (updated)	14. Aug. 2007	01:08	9.975
38 Policing From Above	06. Juli 2008	03:41	9.069

39	T-Wall Paintings, Baghdad, May 11, 2007	17. Mai 2007	01:33	7.959
40	Iraqi Navy Patrolling Waterways	14. Dez. 2008	02:25	7.864
41	U.S. Troops Aid Iraqi VBIED Victims	30. April 2007	02:35	7.320
42	IRTN Station Opening, Diayala, March 26, 2007	28. März 2007	03:12	1.889

Im Folgenden sollen nun von den auf Seite 70 genannten vier Kategorien, die auf dem Channel zu sehen sind, jeweils ein bis zwei Videobeispiele ausgewählt werden, um auf ihre Bildsprache und Bildästhetik, sowie auf ihren Aussagegehalt hinsichtlich ihres Bildformates hin untersucht zu werden.

4.1.2.1. Videobeiträge von Kampfeinsätzen

Wie man anhand der Tabelle recht gut erkennen kann, zählen die Videos mit den meisten Views zu der Kategorie der Kampfhandlungen. Insgesamt sollen hier alle vier genannten Punkte untersucht werden, wobei Videos von „interaction between Coalition and Iraqi troops in the fight against terror“ und „combat action“ in der gleichen Kategorie anzusiedeln sind, und demnach als ein Videogenre behandelt werden.

Das Video mit dem Titel *Battle on Haifa Street, Baghdad, Iraq*²⁸⁵ zählt mit knapp 5 Millionen Views zu den populärsten Videos auf *MNFIRAQ*. Der Beitrag mit 02:57 Minuten Länge schildert den Kampfeinsatz der 3rd Stryker Brigade der US-Armee, die zusammen mit der



Abb. 1

6th Iraqi Army Division²⁸⁶ gegen ein nicht erkennbares Ziel kämpferisch vorgeht – ein für die auf der Plattform zu findenden Videos typisches Merkmal, wie später noch genauer erläutert wird.

Zu Beginn des Videos wird mittels einer Schrifteinblendung die Zugehörigkeit der zu sehenden Soldaten zu ihrer Einheit erklärt, sowie auch das Ziel des zu sehenden Kampfeinsatzes.

Das Video ist durch einen *YouTube*-typischen amateurhaften Stil gekennzeichnet, welcher wohl zu einem höheren Grad an Authentizität des

Videos beitragen soll. Der Zoom auf das vermeintliche Versteck der Terroristen bzw. Angreifer am Beginn der Einstellung, wie auf Abbildung 1 ersichtlich, ist auf dem etwas

²⁸⁵ <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/u/0/nINORX006-c>, Stand: 15.10.2011

²⁸⁶ vgl. ebd.

verzerrt wirkenden Bild kaum zu erkennen, ein durchaus intendierter Umstand, wie später noch genauer ausgeführt wird.

Während der Kampfhandlungen sind die Soldaten größtenteils im Profil zu sehen. Generell werden die Soldaten, während sie ihre Waffen bedienen, von der Seite gefilmt, um so dem Zuseher einen besseren Blick auf die Geschehnisse zu bieten. Aufgrund der sich ständig wiederholenden Schießhandlungen sind teilweise nur mehr die Umriss der sich im Bild befindlichen Soldaten erkennbar, da ihre Körper von Rauchwolken umgeben und so stellenweise verdeckt sind.²⁸⁷

Das das Bild dominierende Verändern der Einstellungsgrößen und die relativ häufigen Schnitte vermitteln dem Zuseher den Eindruck eines emotionalen Kampfgeschehens, bei dem die Soldaten nur selten in einer entspannten Haltung zu sehen sind. Dem Video wird somit das Bild einer stets unter Druck stehenden Kampfseinheit verliehen.

Da die Bilder trotz des Filmens einer Kampfhandlung nur wenig hektisch wirken und die Kameraführung nur stellenweise etwas unruhig wirkt, kann wohl darauf geschlossen werden, dass die Szene für die Kamera zumindest etwas verschönert wurde. Auch die glatte Schnitttechnik weist darauf hin, dass die Videoaufnahmen nachträglich bearbeitet wurden, um ein vorwiegend dynamisches Bildgeschehen zu erhalten.

Die Präsenz der Kamera scheint für die Soldaten nicht von Bedeutung zu sein. Sie wirken von ihrer Anwesenheit unbeeindruckt, so dass dem Betrachter die Position des Beobachters zugeschrieben wird. Somit wird der Eindruck einer unverfälschten Kampfhandlung kommuniziert, wobei die Kamera gleichzeitig die Position des Beobachters und des Dokumentars einnimmt. Aufgrund der niedrigen Farbintensität der Bilder kann angenommen werden, dass die Bildästhetik bewusst amateurhaft gehalten wurde, um den intendierten Grad an Authentizität beizubehalten.

Bei jenen Teilen des Videos, in denen die Soldaten bei Schießhandlungen beobachtet werden, scheint die Kamera eins werden zu wollen mit dem Blick der Soldaten. Nimmt die Kamera noch, während der Soldat der ersten Einstellung die Situation und die zu ergreifenden Maßnahmen beschreibt, eine objektive Beobachterposition ein, so beschreibt sie, wenn schießende Soldaten im Bild zu sehen sind, eine dokumentierende bzw. fast schon subjektive Teilnehmerposition. Als Resultat der Schießhandlungen bekommt der Zuseher aufsteigende Staubwolken zu sehen, die die Stelle markieren sollen, in denen das Projektil der zu sehenden Waffe eingeschlagen hat.²⁸⁸ Ob hierbei auch Personen getroffen worden sind, ist aus der Position des Betrachters nicht ersichtlich, da auch nicht intendiert. Durch diese Maßnahme wird das nach außen hin zelebrierte Bild des klinisch sauberen Krieges unterstrichen.

²⁸⁷ <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/u/0/nINORX006-c>, Stand: 15.10.2011, 00:01:32
²⁸⁸ ebd., 00:00:38

Gegen Ende des Videos häufen sich die kämpferischen Maßnahmen – es sind nun zwei



Abb. 2

Soldaten im Bild zu sehen, die merklich Gefallen am Gebrauch ihrer Waffen finden.²⁸⁹

Dementsprechend dynamisch erscheinen auch die Bilder.

Nach einem heftigen Feuergefecht, bei dem dem Zuseher ein weiteres Mal der Blick auf das Ziel verwehrt bleibt, endet das Video abrupt mit dem Ruf „Got him“²⁹⁰, was das Gelingen des Einsatzes beschreibt.

Das Video mit dem Titel *Iraqi Navy Patrolling Waterways*²⁹¹, ist von der Thematik her nicht zu 100 Prozent den Videos von Kampfeinsätzen zuzuordnen, es porträtiert jedoch in einen friedlichen Kontext gebettet die Zusammenarbeit von irakischen und amerikanischen Streitkräften. Da das Video im Gegensatz zum vorher beschriebenen Video keinen Kampfeinsatz oder dergleichen zeigt, der Actiongehalt also gleich Null geht, sind die Views des Videos dementsprechend niedrig – bis Oktober 2011 entsprachen sie 7.820. Mit einer Länge von 02:25 Minuten ist dieses Video in etwa genauso lang wie das vorherig Thematisierte, sein geringer Unterhaltungsfaktor erklärt wohl seine niedrige Popularität.

Der Protagonist des Videos, der U.S. Coast Guardsman PO2 Evan Burgess, beschreibt in der ersten Einstellung die Tätigkeit seiner Einheit, sowie die seiner irakischen Kollegen, wie auf Abbildung 3 dargestellt. Die intendierte Authentizität des Videobeitrages geht jedoch durch gewisse aus Dokumentarfilmen bekannte Stilmittel bald verloren. Durch einen objektiven



Abb. 3

Kamerawinkel, welcher das Boot in voller Fahrt bzw. aus einiger Entfernung filmt,²⁹² wirkt das Video eher wie eine semi-professionell produzierte Dokumentation, was die Glaubwürdigkeit bzw. die Nicht-Inszenierung des Beitrages unweigerlich in Frage stellt. Ebenso lässt die professionelle Handhabung der Kamera eine geschulte Person hinter dem Gerät vermuten, was wiederum auf eine Inszenierung des Videos schließen lässt. Die Kameraführung wirkt ruhig und professionell, die Bildschnitte und die Montage alles andere als laienhaft.

²⁸⁹ <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/u/0/nlNORX006-c>, Stand: 15.10.2011, 00:02:41

²⁹⁰ ebd., 00:02:52

²⁹¹ <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/u/39/Nvm04eAQLYk>, Stand: 15.10.2011

²⁹² ebd., Stand: 15.10.2011, 00:00:29

Nichtsdestotrotz ist ein Informationsgehalt, wie auch bei den bereits mehrmals thematisierten Fernseh Bildern, beinahe nicht gegeben. Der Zuseher erhält zwar einen detaillierten Einblick in Kontrollfahrten der irakischen Küstenwache, allerdings ist dies als Hintergrundinformation über das eigentliche Kriegsgeschehen nur wenig nützlich.

Um trotz allem die Wichtigkeit der Einsätze hervorzuheben, sticht besonders eine Einstellung



Abb. 4

hervor, welche die Größe der zu untersuchenden Schiffe in Szene setzt.²⁹³ Bei genauerer Betrachtung der Bildsprache wird die Symbolträchtigkeit der Aufnahme erkennbar. Die Einstellung scheint auszusagen, dass ohne Hilfe der Amerikaner die Arbeit der irakischen Streitkräfte um ein Vielfaches erschwert würde, da die Inspektion von Schiffen dieser Dimensionen nur mit der hilfreichen Hand der US-amerikanischen Soldaten zu bewältigen sind.

Den Abschluss des Videos bildet eine idyllische Aufnahme des Sonnenuntergangs hinter dem Festland²⁹⁴, eine Einstellung, die speziell für

Bildberichterstattungen aus Krisengebieten eher unerwartet ist. Gleichzeitig bestätigt sie jedoch die von Christensen bereits festgestellte Intention von *MNFIRAQ*, mittels solcher romantisierenden und größtenteils beschönigenden Videobeiträge das Image eines klinisch sauberen Krieges zu unterstreichen, und die Stationierung der US-Soldaten im Irak zu rechtfertigen.²⁹⁵ Anders



Abb. 5

ausgedrückt kann man sagen, dass es sich hierbei um ein gutes Beispiel einer gezielt eingesetzten Zensur- und Propagandapolitik der USA handelt, welches mittels des Einsatzes und des Gebrauchs der neuen Medien, wie in diesem Falle Videoportale, geschickt getarnt der Öffentlichkeit verkauft wird.

4.1.2.2. Videobeiträge von US-Soldaten und der irakischen Bevölkerung

Das Video mit dem Titel *Troops Give Gifts to Iraqi Children*²⁹⁶ kann als typisches Beispiel für dieses Videogenre auf *MNFIRAQ* angesehen werden. Auf einer Länge von 01:42 Minuten werden US-amerikanische Soldaten gezeigt, wie sie Fußbälle und ähnliches Spielzeug an

²⁹³ <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/u/39/Nvm04eAQLYk>, Stand: 15.10.2011, 00:01:48

²⁹⁴ ebd., 00:02:15

²⁹⁵ vgl. Christensen. Uploading dissonance

²⁹⁶ <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/search/1/nQZITsq3-I>, Stand: 18.10.2011

irakische Kinder verteilen. Wie bereits die Beispiele zuvor, ist die Qualität des Videos eher minderwertig.



Abb. 6

Die amerikanischen Soldaten werden hier in ihrer Rolle als Befreier und gute Samariter gefeiert. Um die Soldaten herum springen irakische Kinder, die sich vom Großmut der Amerikaner hellauf begeistert zeigen. Ein Bild, das durch seine hohe Farbintensität in dieser Szenerie besonders auffällt, ist ein kleines Kind von circa drei

Jahren, das alleine zu stehen scheint, wie auf Abbildung 6 zu sehen ist. Anders als die anderen zu sehenden Kinder wirkt dieses eher schüchtern und zurückhaltend, was es abgesehen von seiner farbenfrohen, beinahe schon grellen Kleidung umso mehr aus der Menge der anderen Kinder herausstechen lässt.²⁹⁷ Die Unschuld des Kindes ist ein gutes Beispiel für die „hearts and minds“-Politik der US-Regierung, in der es primär darum geht, das angekratzte Image des US-Militärs wieder aufzupolieren.²⁹⁸

Folglich zeigen die Aufnahmen fröhliche Gesichter von irakischen Kindern, die glücklich die Geschenke entgegennehmen. Die Bilder wirken jedoch stellenweise stark überzeichnet, da deutlich ist, dass die Kinder die Anwesenheit der Kamera als etwas Unnatürliches und Abenteuerliches wahrnehmen und sich dementsprechend verhalten. Dadurch verlieren manche Szenen an Natürlichkeit und Authentizität,



Abb. 7

wenn durch die Aufnahmen ersichtlich wird, dass die Kamera nicht mehr lediglich Dokumentar und passiver Teilnehmer am Geschehen ist, sondern vielmehr die zu sehenden Aufnahmen für die Kamera inszeniert werden. So sind zum Beispiel ein Junge und ein Mädchen zu sehen, welche eindeutig für die Kamera posieren, wenn sie auch nicht direkt in diese blicken. (vgl. hierzu Abbildung 7) Ein kurzer Blick des Jungen in Richtung Kameramann am Ende der Einstellung bestätigt allerdings die naheliegende Vermutung, dass die Präsenz der Kamera in den Anwesenden ein gewisses Verlangen nach Inszenierung und Posieren auslöst.²⁹⁹ Dies ist allerdings nicht die letzte Szene, in der irakische Kinder von der Anwesenheit der Kamera derart fasziniert zu sein scheinen, dass sie einen direkten Blick in diese nicht vermeiden können und wollen.³⁰⁰ Insgesamt gesehen wirkt das gesamte Video als extra für das Kamerateam arrangiert, um so die Humanität und Kinderfreundlichkeit der US-amerikanischen Truppen unter Beweis zu stellen.

²⁹⁷ <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/search/1/nQZITsq3-l>, Stand: 18.10.2011, 00:00:32

²⁹⁸ vgl. Christensen. *Uploading dissonance*, S. 172

²⁹⁹ <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/search/1/nQZITsq3-l>, Stand: 18.10.2011, 00:00:42

³⁰⁰ vgl. ebd., 00:01:09

Interessanterweise wird nie ein Soldat dazu verleitet, durch sein Benehmen zu verraten, dass er sich der Anwesenheit der Kamera bewusst ist. Es sind vielmehr die irakischen Kinder, die das Bewusstsein über diese Präsenz sozusagen verraten und somit das Video seiner Authentizität berauben.

Der sich ständig wiederholende Fokus auf Kleinkinder sowie die vor allem gegen Ende des Videos in Szene gesetzte merkliche Zufriedenheit der Soldaten, den Kindern durch die Geschenke eine Freude zu bereiten, sind der treibende Faktor des gesamten Videos. Die so hervorgerufene positive Grundstimmung erinnert jedoch stark an bereits aus den Massenmedien bekannte Bilder, und folglich an den damit verbundenen fahlen Beigeschmack der Propaganda und Verschönerung des Krieges.

Das nächste analysierte Video dieser Kategorie hat den Titel *Iraqi Boy Scouts prepare for Jamboree*.^{301 302}

Nach einer kurzen visuellen Porträtierung einer irakischen Landschaft, erfolgt der Schnitt auf eine Gruppe singender irakischer Kinder. Die Frage nach dem Inszenierungsgrad und der



Abb. 8

Zweifel an der Authentizität des Videos werden jedoch gleich bei dieser Einstellung wieder einmal in den Raum gestellt. Die Anwesenheit der Kamera scheint ein weiteres Mal der Grund für die hier in Szene gesetzten Geschehnisse zu sein. Indiz hierfür ist der sichtlich begeisterte in Richtung Kamera lachende Blick eines irakischen Jungen. (vgl. hierzu Abbildung 8) Die Anwesenheit amerikanischer Soldaten ist durch diese Einstellung praktisch spürbar und greifbar. Auch

wenn die Soldaten im Bild selbst nicht zu sehen sind, wird alleine durch dieses Bild der propagandistische Charakter des Videos unter Beweis gestellt. Nicht die Freude des Jungen über das Pfadfindertreffen scheint hier im Mittelpunkt zu stehen, sondern vielmehr seine Dankbarkeit für seine wiedererlangte Freiheit.

Der nächste Schnitt zeigt die Kinder, wie sie sich versammeln und sich für einen Marsch bereit machen.³⁰³ Hier fällt jedoch eine gewisse Unbeholfenheit der Kinder auf, eine Gruppe zu bilden und den zu hörenden Trommelschlägen folgend geordnet eine Reihe zu bilden – ein Faktor, der wiederum verstärkt für den Inszenierungscharakter des Videos spricht.

³⁰¹ Als Jamboree wird ein internationales Pfadfindertreffen bezeichnet, vgl. Duden. Das Fremdwörterbuch. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG 2000⁷, S. 468

³⁰² http://www.youtube.com/watch?v=dH80g_Mkin0, Stand: 21.10.2011

³⁰³ ebd., 00:00:26

Die vorletzte Szene läutet sozusagen den Zeitpunkt ein, an dem die heroischen US-Soldaten die irakische Jugend im Zentrum des Bildes ablösen.³⁰⁴ Wie bereits im zuvor beschriebenen Video, händigen die Soldaten den Kindern Zubehör zur Vervollständigung ihrer Pfadfinderuniformen aus, in die die Jungen zu diesem Zeitpunkt bereits gekleidet sind. Am Ende kann man die jungen Pfadfinder dabei beobachten wie sie, sichtlich glücklich und zufrieden, in einen großen Reisebus steigen. Auch hier fällt wieder die starke und bewusste



Abb. 9

Präsenz der Kamera auf, da die Jungen, anstatt diese zu ignorieren, teilweise sogar für sie posieren.³⁰⁵

Die letzte Einstellung des Videos, als sich die Jungen gesammelt im Bus befinden, lässt ein weiteres Mal Zweifel am Realitätsgehalt des Videos aufkommen. Ein Junge blickt sichtlich stolz in die Kamera, die Hand zum Pfadfindergruß erhoben.³⁰⁶

Das Video ist aufgrund des hier behandelten Themas durch einen starken Symbolismus geprägt. So wird nicht nur ein Pfadfindertreffen porträtiert, sondern es erfolgt vielmehr ein weiteres Mal die Betonung des ‚Befreierstatus‘ des US-Militärs. Nachdem nämlich die Tätigkeit der Pfadfinder unter der Herrschaft Saddam Husseins im Irak stark eingeschränkt wurde, können diese im „befreiten“ Irak aufgrund der Hilfe der Amerikaner ihre Aufgaben wieder ausüben.³⁰⁷ Dies hat zur Folge, dass es das Video aufgrund der langjährigen und in der Kultur der USA tief verwurzelten Pfadfindertradition vermag, in den westlichen Zusehern ein verstärktes Zugehörigkeitsgefühl gegenüber der irakischen Bevölkerung auszulösen. Zudem dient das Video als Paradebeispiel der *Public Diplomacy* der amerikanischen Medienpolitik, auf deren Stellenwert in der hier behandelten Bildberichterstattung noch genauer eingegangen wird.

Andén-Papadopoulos bezeichnet diese Art von Videos als „epitome of innocence and hope for the future. [...] These clips are obviously intended to project an image of the U.S. and coalition soliders as humane and compassionate. [...] The troops appear as the longed-for saviors of an undeveloped nation in need of paternal guidance.“³⁰⁸

³⁰⁴ http://www.youtube.com/watch?v=dH80g_Mkin0, Stand: 21.10.2011, 00:01:04

³⁰⁵ ebd., 00:01:23

³⁰⁶ ebd., 00:01:38

³⁰⁷ vgl. Rebuilding in the Gulf. Boy Scouts making comeback in Iraq, <http://www.wnd.com/?pageId=24893>, Stand: 12.11.2011

³⁰⁸ Andén-Papadopoulos, Kari. US Soldiers Imaging the Iraq War on YouTube. In: *Popular Communication*, 2009, 7:1, S. 24f., <http://dx.doi.org/10.1080/15405700802584304>, Stand: 16.09.2011

4.1.2.3. Videos von interessantem, Aufmerksamkeit erregendem Videomaterial

Die Bezeichnung „interesting, eye-catching footage“ auf *MNFIRAQ* sagt relativ wenig über den Inhalt dieses Genres aus, weshalb es sich als etwas komplizierter gestaltet, hierfür passende Beispiele zu finden. Die in Frage kommenden Videos überlappen sich in ihren Inhalten stark mit jenen der anderen genannten Kategorien. Aus diesem Grund soll hier nur ein Beispiel dieser Kategorie zur Analyse herangezogen werden.

Das Video mit dem Titel *Baghdad Building Destruction*³⁰⁹ ist mit seiner Länge von 01:02 Minuten das bisher kürzeste der hier behandelten Videos. Auch hinsichtlich seines Informationsgehaltes ist es noch weniger aussagekräftig als die zuvor erwähnten Videos.

Das Video beginnt, wie alle anderen Videos der Plattform auch, mit einer kurzen Beschreibung des zu sehenden Inhaltes. Die Ausführung hier ist besonders hilfreich, da das zu sehende Gebäude ansonsten nicht zugeordnet werden könnte. Die mittels Schrift zur Verfügung gestellte Einbettung der Bilder in einen inhaltlichen Kontext unterstreicht zudem die später im Video sichtbar werdende Symbolhaftigkeit der Bilder.

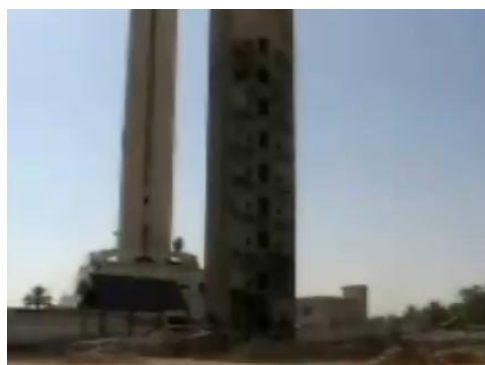


Abb. 10

Im Mittelpunkt zu Beginn des Videos steht ein sehr marodes Gebäude, bei dem es sich, nach Angaben der anfänglichen Erklärung, um „Baghdad's Al Mamoon Exchange and Telecommunication Center“³¹⁰ handelt. Der Zweck des Abreißens des Gebäudes ist demnach die Neuerrichtung des Irakischen Informationsministeriums.³¹¹



Abb. 11

Nach einem Close-up auf die untere Hälfte des Gebäudes, erfolgt das Herauszoomen auf die volle Größe.³¹² Die Kamera verharrt in dieser Einstellung, bis eine Explosion zu hören ist, und das Gebäude nach vorne zu kippen beginnt.³¹³ Resultat der Explosion und des zusammenstürzenden Gebäudes ist eine riesige Rauchwolke, die sich bis auf nur wenige Meter der

³⁰⁹ <http://www.youtube.com/MNFIRAQ#p/u/38/-smFCymAccM>, Stand: 21.10.2011

³¹⁰ ebd., 00:00:07

³¹¹ ebd., 00:00:15

³¹² ebd., 00:00:29

³¹³ ebd., 00:00:34

Kamera nähert.³¹⁴ In dieser Rauch- und Staubwolke sind nach einem Szenenwechsel in Blau gekleidete, tanzende irakische Bauarbeiter zu sehen, die sichtlich erfreut sind über die geleistete Arbeit (siehe Abbildung 11).

Hinsichtlich seines mangelnden Aussagegehaltes informiert das Video nur wenig über den Kriegsalltag der US-Soldaten im Irak. Es ist jedoch insofern von Bedeutung, als es in Bezug auf seine Bildsprache stark an den Sturz der Saddam-Statue erinnert, wo ebenfalls erst ein mächtiger, Phallus-ähnlicher Gegenstand zu Fall gebracht werden musste, um die irakische Bevölkerung in Freudentaumel zu versetzen. Es ist wohl nicht weit hergeholt, dem Aussagegehalt des Videos etwas Symbolhaftes zuzuschreiben, da das Gebäude als Relikt der Ära Saddam Husseins anzusehen ist, welchem, wie bereits erwähnt, speziell in den amerikanischen Medien ein Schurkenstatus zugeschrieben wurde. Umso aussagekräftiger wirken somit die relativ unscharfen Filmaufnahmen der Wüstenstadt Bagdad, als ein weiteres Gebäude aus dieser Ära der Unterdrückung zu Fall gebracht wird, und das irakische Volk anschließend seine „Befreiung“ feiert.

4.1.3. Instrumente der Propaganda

Wie die Analyse der Videos soeben gezeigt hat, und wie auch Christensen feststellte, repräsentiert *MNFIRAQ* ein gutes Beispiel für eine Erweiterung der Propagandamaschinerie der US-Regierung bzw. des US-Verteidigungsministeriums im aktuellen Irakkrieg, um den stetig lauter werdenden Skeptikern des Krieges an Aufwind zu nehmen.³¹⁵ Wie auf *MNFIRAQ*-Channel bemerkt wird, geben die dort zu sehenden Videos „viewers around the world a ‚boots on the ground‘ perspective of Operation Iraqi Freedom from those who are fighting it.“³¹⁶ Genauer betrachtet ähnelt der Großteil der Inhalte der auf der Plattform zu sehenden Videos jedoch stark jenen der *embedded journalists*, mit dem Unterschied, dass die auf *MNFIRAQ* zu findenden Videos in ihren Darstellungsformen noch authentischer und realistischer wirken sollen. Hauptziel dieses *YouTube*-Channels des US-Verteidigungsministeriums ist zweifelsohne, den Einsatz der US-Truppen in ein positives Licht zu rücken, da das Image der im Irak und in Afghanistan stationierten Truppen durch zahlreiche Privatvideos der Soldaten zunehmend an Ansehen verloren hatte.³¹⁷ Schon alleine aus diesem Grund gilt es Christensen zuzustimmen, wenn dieser *MNFIRAQ* schlichtweg als Propagandainstrument der USA bezeichnet, dessen Start mit der Einschränkung des Internetzugriffes für US-Soldaten einher ging.

³¹⁴ <http://www.youtube.com/MNFIRAQ#p/u/38/-smFCymAccM>, Stand: 21.10.2011, 00:00:42

³¹⁵ vgl. Christensen. *Uploading dissonance*, S. 156

³¹⁶ <http://www.youtube.com/MNFIRAQ>, Stand: 15.10.2011

³¹⁷ vgl. Andén-Papadopoulos. *US Soldiers Imaging the Iraq War on YouTube*, S. 19

The MNFIRAQ channel could be seen as an effort by the US Defense Department to counterbalance the avalanche of video clips uploaded to *YouTube*, *Google Video* and other sites depicting anti-social – and sometimes illegal – activities engaged in by US and coalition military forces in Iraq. [...] It is not unreasonable to assume, therefore, that restricting access to such sites was also an attempt to stop the posting of damaging material by coalition troops.³¹⁸

Beim Betrachten der Videos wird augenscheinlich, dass es sich bei dem hier Dargestellten um eine Verschönerung des Kriegsalltages handelt, wobei Bilder von den tatsächlichen Ergebnissen der Kampfeinsätze unerwünscht sind. Auf *MNFIRAQ* sucht man vergeblich nach verstümmelten Opfern von Raketenangriffen oder nach zerstörten Häusern von Zivilisten. Vielmehr findet man eine Vielzahl von Videos, in denen US-Soldaten auf eine Art und Weise dargestellt werden, die nach Meinung der US-Regierung wohl bevorzugt der Realität entsprechen: als hilfsbereite, freundliche junge Männer und Frauen, die Freude an ihrer Arbeit und an der Befreiung des Iraks vom jahrzehntelangen Unterdrücker Saddam Hussein haben; als kinder- und tierliebe Persönlichkeiten, denen nichts mehr am Herz liegt, als ihre Pflicht als ehrenwerte und patriotische Amerikaner im Irak unter Beweis zu stellen und einem unterdrückten Volk vor den Taten der al-Qaida Terroristen zu schützen. Dass die Videos zum größten Teil überhaupt keinen Informationsgehalt bieten und nichts über den tatsächlichen Alltag im Kriegsgebiet bzw. über den Kriegsverlauf generell aussagen, scheint die Betreiber der Seite nicht zu stören – es wird sogar ausdrücklich erwähnt, dass obszönes oder verstörendes Videomaterial auf der Seite nicht zu finden ist.³¹⁹ Vergleicht man nun dieses teilweise schon an Ignoranz grenzende Verhalten mit den von US-Soldaten produzierten Videos, bei denen teils ein komplett konträres Bild vom Krieg geboten wird, wird die Frage nach dem Realitätsgehalt der Videos auf *MNFIRAQ* laut.

Hinter dieser die Kriegsgräuel verleugnenden Imagepolitik des US-Militärs und der US-Regierung schimmert, wie es bereits bei den Massenmedien der Fall ist, der Begriff des *Militainment* durch. Andersens sieht hierfür einen einfachen Grund: Propaganda und *Militainment* dienen zur Bildung eines sozio-politischen Umfeldes, in der Krieg ein akzeptables und akzeptiertes Mittel innerhalb der von den USA angeführten Geo-Politik wird.³²⁰

War is understood and interpreted, justified and judged through the images and narratives that tell the stories of war. Most civilians experience military conflict through the signs and symbols of its depiction, their impressions not derived from the battles in distant lands but from the manner they are rendered at home.³²¹

Dieses Zitat drückt recht deutlich aus, was die Bilder des *MNFIRAQ*-Channels über die Bilderpolitik der US-Regierung aussagen: Aufgrund der jahrzehntelangen Dominanz der

³¹⁸ Christensen. *Uploading dissonance*, S. 156, Hervorhebung d. Autors

³¹⁹ vgl. <http://www.youtube.com/MNFIRAQ>, Stand: 15.10.2011

³²⁰ vgl. Andersen, Robin. *A Century of Media, A Century of War*. New York/Wien [u.a.]: Lang 2006, S. xvi

³²¹ ebd.

Massenmedien über die Meinungsbildung der breiten Öffentlichkeit, ist es dem Militär bzw. der Regierung nun ein Leichtes, auch mittels der neuen Medien die Meinungen der Öffentlichkeit über den Krieg zu steuern und zu beeinflussen. Zwar wird es mit Hilfe des Internets schwieriger, diese Imagepolitik als die einzig gültige Wahrheit zu verkaufen, doch untermauern diese Bilder den in den USA propagierten sauberen und gerechten Krieg im Irak.

Auf einen interessanten, sehr widersprüchlichen Umstand hinsichtlich des Inhaltes von *MNFIRAQ*, hat nach eingehender Analyse der auf der Seite zu findenden Videos außerdem Christensen hingewiesen, als er auf den augenscheinlich paradoxen Charakter der Videos aufmerksam macht: „It is interesting to note [...] that the channel provides what it calls images of ‚combat action‘ and ‚eye-catching footage‘, but without ‚profanity‘ and ‚overly graphic, disturbing and offensive‘ content.“³²² Zusammenfassend stellt Christensen hinsichtlich der Imagepolitik des Videochannels Folgendes fest: „The clips on the channel are clearly an effort to win the ‚hearts and minds‘ over the Iraq/Afghanistan occupations, but that should come as no surprise, given the US military’s history of propaganda and information management.“³²³

4.1.3.1. Untersuchung auf Bildästhetik und Informationsgehalt

Die eben analysierten Videos zeichnen sich eindeutig nicht durch ihren bildästhetischen Wert aus. Vielmehr steht die Inhaltsebene der Bilder im Vordergrund, mittels derer dem Publikum ein bestimmtes Bild über den Irakkrieg vermittelt werden soll. Die Bildsprache bzw. –ästhetik der speziell auf *MNFIRAQ* behandelten Videos zeichnet sich durch die mangelnde Farbintensität aus, welche die Videos vor allem in ihren Inhalten authentischer wirken lässt. Dies ist zweifelsohne einer der Hauptfaktoren, warum die Seite vom US-Verteidigungsministerium ins Leben gerufen wurde – zum Einen, weil man verhindern wollte, dass Soldaten ungewollte Informationen über den Krieg und den Kriegsalltag veröffentlichten, und zum Anderen, um auch das Internet bzw. speziell populäre und somit einflussreiche Videoplattformen wie *YouTube* als erweiterndes Instrument im Medien- und Propagandakrieg zu nutzen.

Wie bereits während der Einzelanalysen festgestellt wurde, ist der Informationsgehalt der Videos relativ gering. Die Themen und Inhalte der Videobeiträge bieten nur einen vagen Einblick in den Kriegsalltag im Irak, wobei vor allem eine gewisse Unschuld, welche den Videos aufgrund des großflächigen Ausblendens von Gewaltakten und Kriegsoffern unweigerlich anhaftet, die Videos besonders auszeichnet. Diese Unschuld ist es auch, die den Videos auch wieder einen Teil ihrer intendierten Authentizität raubt. So stellt zum

³²² Christensen. *Uploading dissonance*, S. 163

³²³ ebd., S. 172

Beispiel auch Christensen fest, dass in Bezug auf das hier erste analysierte Video, nie Menschen per se als Ziele zu erkennen waren.³²⁴ Dies trifft allerdings nicht alleine auf dieses eine Video zu, sondern auf alle Videos, die auf *MNFIRAQ* zu finden sind.

If the targets are shown, they are usually in the form of buildings or other inanimate subjects. In this way, the gunfights maintain an air of ‚victimlessness‘, with the human casualties of war not shown. US troops are usually calm and collected, and show few outward signs of panic or fright.³²⁵

Wie Christensen in diesem Zitat bereits bemerkte, waren nicht nur die Bilder der Kampfhandlungen selbst hinsichtlich der fehlenden Opfer relativ unrealistisch, auch das Verhalten der involvierten Soldaten lässt an der Authentizität und Realitätstreue der Aufnahmen zweifeln. Die an den Tag gelegte Ruhe und Gelassenheit der Soldaten während den Kampfhandlungen, nimmt den Bildern ihr Maß an Glaubhaftigkeit.

Bilder, vor allem Pressebilder bzw. in diesem Falle Bilder aus einem Kriegsgebiet, dienen immer einer gewissen Funktion. Reichle und Siegel definieren diese Funktion wie folgt: „Bilder können, als Werke der bildenden Kunst, Ideale von Schönheit und Perfektion verkörpern. In gleicher Weise können sie aber auch verstören, aufrütteln und hinterfragen.“³²⁶ Umso interessanter ist es festzustellen, dass die Bilder der gerade untersuchten Videos weder einen schönen oder ästhetischen Wert haben, noch dass sie in irgendeiner Weise verstören, aufrütteln oder hinterfragen. Vielmehr hebt das von Reichle und Siegel festgestellte Potential von Bildsprache die dominierende Ereignislosigkeit und Insignifikanz der Aufnahmen hervor. Der fehlende Informationsgehalt der Videos als auch der unästhetische Wert, degradieren die Videos in ihrem Aussagegehalt und Importanz in einer Weise, dass die Frage aufkommt, worin der höhere Sinn hinter der Veröffentlichung dieser Videos liegt. Natürlich steht vermutlich die Intention des Pentagons, mittels des Führens einer eigenen Videoplattform dem Zeitgeist einer immer digitalisierter werdenden Mediengesellschaft entsprechen zu wollen, an erster Stelle, doch die mangelnde Umsetzung lässt an der tatsächlichen Motivation zweifeln. Immerhin sind auf *MNFIRAQ* nur 42 Videos zu finden, verglichen mit den auf *YouTube* von den US-Soldaten privat veröffentlichten Videos ein sehr geringer Anteil.

Doch nicht nur die Bildästhetik bzw. der Informationsgehalt der Videos sollen hier untersucht werden – inwiefern potentielle Zensurmaßnahmen Einfluss auf die Bildgestaltung hatten, soll Thema des nächsten Punktes sein.

³²⁴ vgl. Christensen, *Uploading dissonance*, S. 165

³²⁵ ebd.

³²⁶ Reichle, Ingeborg/Siegel, Steffen. Gibt es ein Maß für das Maßlose? Anmerkungen zu einer transgressiven Bildästhetik, in: Reichle, Ingeborg/Siegel, Steffen (Hg.) *Maßlose Bilder. Visuelle Ästhetik der Transgression*. München: Wilhelm Fink 2009, S. 9

4.1.3.2. Über die Darstellung von Imagepolitik, Zensur und Realität

Wie bereits die vorherigen Punkte sowie die Analyse der einzelnen Videos gezeigt haben, geht der Wahrheitsgehalt bzw. die Abbildung realitätsgetreuer Ereignisse in diesen Aufnahmen gegen Null. Wenn man die hier angewandte Methodik mit der Definition von Zensur im vorherigen Kapitel vergleicht, kann von direkter Zensur wohl nicht gesprochen werden. Nichtsdestotrotz sind die veröffentlichten Bilder von der Abbildung einer tatsächlichen Kriegsrealität weit entfernt. Die Entscheidung des Militärs, auf Bildmaterial obszöner und verstörender Natur zu verzichten, kann in diesem Sinne als eine Art Zensurmaßnahme verstanden werden, da dem Zuseher bewusst und willentlich Bildmaterial der grausamen Kriegsrealität vorenthalten, und somit unweigerlich das Bild eines freundlichen und klinisch sauberen Krieges vermittelt wird.

4.1.3.3. Noopolitik und Public Diplomacy

Zentrale Begriffe der hier behandelten Videos und der Imagepolitik des US-Militärs im Irakkrieg sind *Noopolitik* und *Public Diplomacy*.³²⁷

Christensen verwendet den Begriff *Public Diplomacy* als Synonym für Propaganda.³²⁸ Hinsichtlich der Ziele von *Public Diplomacy*, spricht van Ham von Folgendem: „In terms of its goals, emphasis might be given to communicating directly with foreign peoples, changing a foreign government by influencing its citizens, or simply creating a favourable image for one’s own country’s policies, actions and political and economic system.“³²⁹ Hauptgegenstand von *Public Diplomacy* ist es demnach, interkulturelle Beziehungen mittels Fokussierung auf kulturelle Werte zu verstärken und zu verbessern.³³⁰ Als Instrumente von *Public Diplomacy* zählen „media, education and exchanges, and culture and sports, as well as more classical diplomatic values.“³³¹

Public Diplomacy wurde verstärkt von der Bush Administration als Antwort auf die Terroranschläge des 11. September eingesetzt, um das angekratzte Image der USA, oder vielmehr, der Marke USA, in der Öffentlichkeit wieder aufzupolieren. Die Medien sollten hierfür als Instrument dienen, um diese Methodik zu unterstützen. Die Idee hinter dem Medienkrieg um den Begriff *Public Diplomacy* basierte jedoch nicht alleine auf dem Wunsch, die eigene Bevölkerung von den Potentialen der Supermacht USA zu überzeugen, sondern

³²⁷ Der Begriff Noopolitik stammt von dem griechischen Wort „noos“ für „Geist, Verstand.“ In diesem Kontext ist Noopolitik im Sinne von einer Informationspolitik, die sich primär auf das Vermitteln von Informationen als Kriegsinstrument als auf den Einsatz von Waffen stützt. Van Ham drückt dies Folgendermaßen aus: „[...] information is seen as an asset, a tool and even a weapon for achieving political support for official US foreign policy, both at home and abroad.“ (Van Ham, Peter. War, Lies and Videotape: Public Diplomacy and the USA’s War on Terrorism, <http://ics.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/1752/warlies&video.pdf>, Stand: 26.10.201, S. 440)

³²⁸ vgl. Christensen, Uploading dissonance, S. 172

³²⁹ Van Ham. War, Lies and Videotape. S. 428f.

³³⁰ vgl. ebd., S. 429

³³¹ ebd., S. 433

vielmehr, auch dem arabischen Volk die „wahren“ Werte der USA zu zeigen und somit negative Vorurteile auszuräumen.

US policy towards the Muslim world is based on the assumption that these negative ideas should be neutralized [...] by a focused effort of public diplomacy. This approach has quickly become a central plank of the USA's approach to the war on terrorism, since Washington realizes that you cannot kill ideas with bombs.³³²

Die Krisenpolitik der US-Regierung während des Irakkrieges basierte demnach nicht alleine auf dem Einsatz von Waffen, sondern war primär auf eine gezielte Informationspolitik ausgerichtet, um nicht nur die eigene Bevölkerung, sondern auch den arabischen Raum vom „Amerikanismus“ zu überzeugen.³³³ Die Marke USA wurde und wird bewusst als solche gehandelt, jedoch hat deren Reputation nach dem 11. September einen herben Rückschlag erlitten. Durch die Terroranschläge wurde für alle Welt sichtbar, dass die westlichen Werte, so wie sie die USA zelebrierte, nicht überall auf das gleiche Verständnis stießen.

Public Diplomacy bzw. *Noopolitik*, von Experten als „soft power tool“³³⁴ bezeichnet, gelten ungleich „hard power tools“ wie etwa Waffenmaschinerie, als Mittel der Kriegsführung, die über den Kriegsschauplatz hinausgehen.

[...] US public diplomacy adds a more sophisticated approach to the military method of ‚winning‘ the war on terrorism. By going beyond Realpolitik (and into the uncharted waters of Noopolitik), it is becoming an essential strategy for influencing public opinion and political developments. Unlike a ‚real‘ war, it never ends; instead, it is an ongoing process of communication based on the conscious positioning of the USA as a brand.³³⁵

Propagandamethodiken spielten im Laufe der US-amerikanischen Kriegsgeschichte von jeher eine wesentliche Rolle, was bereits das erste Kapitel der vorliegenden Arbeit versuchte darzulegen. Im aktuellen Irakkrieg nimmt diese Art von Informations- und Medienpolitik jedoch neue Dimensionen an. Mittels gezielter Manipulation und Beeinflussung der US-amerikanischen wie auch der arabischen Bevölkerung sind die Intentionen der Initiatoren nicht mehr lediglich auf den Kriegsschauplatz beschränkt. Ziel dieser Politik ist, wie das vorherige Zitat bereits besagt, neben dem eigentlichen Krieg die Meinung der Öffentlichkeit soweit zu beeinflussen, dass die Marke USA und die damit repräsentierten westlichen Werte für alle Welt als das ultimativ Anzustrebende gilt.

Die Medienpolitik während des Irakkrieges diente auf der einen Seite dazu, der Öffentlichkeit den Krieg gegen den Irak zu verkaufen, was am Ende darin resultierte, dass, wie bereits erwähnt, rund 70³³⁶ Prozent der amerikanischen Bevölkerung an die Involviertheit Saddam Husseins in die Terroranschläge des 11. September glaubte. Auf der anderen Seite

³³² van Ham. War, Lies and Videotape. S. 428

³³³ vgl. Snow, Nancy/Taylor, Philip M., The Revival of the Propaganda State. US Propaganda at Home and Abroad since 9/11, <http://ics.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/2751/389.pdf>, Stand: 26.10.2011, S. 396

³³⁴ vgl. van Ham. War, Lies and Videotape. S. 441

³³⁵ ebd., S. 442

³³⁶ vgl. Snow/Taylor. The Revival of the Propaganda State. S. 391

wurden die Medien auch dazu umfunktioniert, während der Okkupation des Iraks das Image der früheren Supermacht USA wieder herzustellen. Mithilfe neuer Methoden, um einerseits so wenig Informationen wie möglich über den Krieg preiszugeben, andererseits dem Publikum so viel Unterhaltung wie möglich zu bieten, wurde um die „hearts und minds“ der Bevölkerung geworben.³³⁷ Auch die neuen Medien wie etwa *YouTube* spielten hierbei eine nicht insignifikante Rolle. Sie dienten als unterstützendes Instrument in einem Krieg, der nach außen hin als klinisch sauber präsentiert wurde, dies allerdings in keinem Fall der Wahrheit entsprach, wie Kapitel 4.3.2 zeigen wird.

4.1.4. Trooptube.com

Die Seite Trooptube.com ermöglichte es den im Irak stationierten US-amerikanischen Soldaten, während der restriktiven Benutzung öffentlicher Videoplattformen, Videos und Kommentare aus dem Krisengebiet zu teilen. Außerdem wurde es Angehörigen ermöglicht, ebenfalls Videobotschaften an Soldaten im Irak zu richten.³³⁸ Eine Analyse der auf der Seite veröffentlichten Videos ist hier jedoch leider nicht möglich, da diese seit 31. Juli 2011 von den Betreibern, Military One Source, offline genommen wurde. Als Begründung hierfür wird Folgendes genannt:

One of TroopTube's main goals was to help enable families and troops to connect through sharing videos during deployments. At the time of the TroopTube launch, many service members were restricted from using online video hosting services such as YouTube. But in February 2010 the Department of Defense released a new policy allowing service members access to these Internet-based sites. Since then, TroopTube's usage has declined as military members and their families adopted other methods of sharing videos.³³⁹

Interessanterweise wurde der Zugriff auf öffentliche Videoplattformen für US-Soldaten also wieder gewährt, allerdings erst, als der Großteil der heiklen Kampfeinsätze im Irak bereits beendet war. Der opportunistische Charakter der vom US-Militär betriebenen Videoplattformen wird somit umso sichtbarer – da die brisanten Kampfeinsätze mehr oder weniger beendet waren, schien für das Image des Militärs auch keine weitere Gefahr mehr zu bestehen, durch von Soldaten veröffentlichte Videos in Verruf zu geraten.

Hinsichtlich der Veröffentlichungspolitik von Videomaterial gilt hier noch anzumerken, dass die Videos vor ihrer Publikmachung, wie auch auf *MNFIRAQ*, auf potentiell Image-

³³⁷ vgl. Snow/Taylor. The Revival of the Propaganda State. S. 400

³³⁸ vgl. YouTube für US-Soldaten. Trooptube, <http://meedia.de/web-special/neue-sites/detailansicht/artikel/trooptube.html>, Stand: 13.11.2011

³³⁹ <http://www.militaryonesource.com/MOS/About/FAQs/tabid/198/uc/main/action/cat/parentID/13/Default.aspx>, Stand: 25.10.2011

schadende und unerwünschte Inhalte geprüft wurden. Von unzensiertem und authentischem Bildmaterial kann also auch hier nicht gesprochen werden.³⁴⁰

³⁴⁰ vgl. YouTube für US-Soldaten. Trooptube, <http://meedia.de/web-special/neue-sites/detailansicht/artikel/trooptube.html>, Stand: 13.11.2011

4.2. Selbstinszenierung der US-Soldaten

Verglichen mit *MNFIRAQ* und den anderen Videoportalen der US-Regierung, ist die Anzahl der von US-Soldaten selbst produzierten und veröffentlichten Videos um ein Vielfaches größer. Trotz der Sperre der Plattform für die im Irak stationierten Truppen im Jahr 2007,³⁴¹ findet man alleine auf *YouTube* unzählige Videobeispiele von US-Soldaten, die sich in ihrer Form und Darstellungsweise wesentlich von jener der eben analysierten Videos unterscheiden.

Obwohl auch in den eben behandelten Videos die US-Soldaten den zentralen Punkt darstellen, wird dieser Faktor in den von den Soldaten selbst produzierten Videos noch einmal verstärkt. So wird der Soldat nicht mehr lediglich als bloßes Objekt wahrgenommen, sondern schlüpft als gleichzeitiger Produzent und Protagonist des Videos in zwei Rollen. Auf der einen Seite werden die Geschehnisse, ungleich der Beispiele des US-Militärs, direkt aus der Perspektive des/der filmenden Soldaten präsentiert und wahrgenommen. Auf der anderen Seite kommt der Person hinter der Kamera auch gleichzeitig die meiste Aufmerksamkeit zuteil, da die von ihr dargestellte Wirklichkeit unweigerlich in den Vordergrund tritt.

Im Gegensatz zu den Videobeispielen des US-Verteidigungsministeriums, dominiert hier der Faktor der Selbstinszenierung. Die Videos zielen nicht auf einen Pseudo-Informationsgehalt ab, vielmehr stehen emotionalisierende oder unterhaltende Motive im Vordergrund. Auch persönliche Einstellungen der Macher gegenüber dem Krieg werden in den Videos widerspiegelt. Konträr zu den Videos auf *MNFIRAQ* und Co., dienen die Videos der US-Soldaten nicht als Instrumente der Meinungsbeeinflussung, sondern sind als Manifeste von Kriegsteilnehmern aufzufassen.

In einem Aspekt unterscheiden sich die Videos des US-Militärs und der Soldaten jedoch grundlegend. Internetplattformen dienen für Soldaten als Instrumente, um schockierend brutale Bilder und Videos aus dem Kriegsgebiet zu veröffentlichen. Diese sollten allerdings nicht als Kriegsdokumente dienen, sondern vielmehr zur Unterhaltung. Andén-Papadopoulos schreibt diesen Bildern dagegen mehr zu als bloßes Entertainment.

I make the case that the front soldiers' repetitive creation and use of violent images should be understood primarily as symptoms of an affective reliving of traumatic war experiences, serving at once to authenticate and cancel out a hurtful reality. Moreover, the soldiers use the images in ritualistic ways that serve to recreate a sense of group identity, and to establish the borders and core values of the military community against the outside world.³⁴²

³⁴¹ vgl. Weinberger, Sharon, No More YouTube, MySpace for U.S. Troops, http://www.wired.com/dangerroom/2007/05/no_youtube_mysp/, Stand: 13.11.2011

³⁴² Andén-Papadopoulos, Kari. Body horror on the internet: US soldiers recording the war in Iraq and Afghanistan. In: *Media Culture Society* 2009 31:921, <http://mcs.sagepub.com/content/31/6/921><http://mcs.sagepub.com/content/31/6/921>, Stand: 16.09.2011, S. 922

Zuzüglich zu den von Andén-Papadopoulos festgestellten Charakteristika der hier behandelten Videos, ist hinsichtlich des Inszenierungscharakters der Videos ein weiterer Aspekt auffällig. Im ersten Kapitel der vorliegenden Arbeit wurde bereits auf die beeinflussende Rolle der Kamera auf das Verhalten der Soldaten hingewiesen. Dieser Umstand kann bei den von den Soldaten produzierten Videos in einem verstärkten Maß bemerkt werden, wie die folgende Analyse zeigen wird.

4.2.1. Methodik

Im Folgenden sollen anhand ausgewählter Videobeispiele die von Soldaten produzierten Videos auf Videoplattformen wie *YouTube* unter anderem auf Aspekte der Bildästhetik und Imagepolitik untersucht werden, um die Grundlage für einen Vergleich mit den eben bearbeiteten Videos zu bilden. Die Auswahl der hier analysierten Videos basiert auf ähnlichen Kriterien wie die Analyse der vorhergehenden Videos. Im letzten Punkt dieses Kapitels wird zudem der Grad an Entertaining in den Videos untersucht, wobei hierbei speziell Videos, die in ihrem Stil und ihrer Machart den auf Musik- und Unterhaltungssendern zu sehenden Videos gleichen, gemeint sind.

4.2.2. YouTube

Wie bereits erwähnt, ist der Anteil an von US-Soldaten veröffentlichten Videos über den Kriegsalltag und die Kriegshandlungen im besetzten Irak um ein Wesentliches höher als jener vom Pentagon.

Wodurch sich diese privat auf *YouTube* veröffentlichten Videos besonders auszeichnen, ist ihre deutlich höhere Anzahl an Views. Während das populärste Video auf *MNFIRAQ* ca. eine Millionen Views zählt, ist dies, wie die unten angeführten Beispiele noch genauer belegen werden, auf der öffentlichen *YouTube*-Seite ungefähr der Durchschnitt.

Ein beliebtes Mittel der Selbstinszenierung sind Bildcollagen, die von entsprechender Musik unterlegt sind. Die visuell verwendeten Inhalte und Gestaltungselemente sind oft nicht nur auf eine Collage beschränkt und demnach bei mehreren Beispielen wiederzufinden, da sie aufgrund der Dualität ihrer Bildsprache für mehrere Argumentationsweisen Verwendung finden.

Im Folgenden soll eine Analyse zweier solcher Bildcollagen die Ambivalenz von Kriegsbildern aufzeigen. Das von Reichle und Siegel aufgestellte Argument, dass Bilder „nicht allein Stellvertreter unseres Blickes auf die Welt [sind]. Sie besitzen vielmehr ein hohes Potential an formaler und medialer, semantischer und historischer Eigendynamik, das sie für die sehr unterschiedlichen Zwecke von Religion, Kunst, Politik und Wissenschaft äußerst

attraktiv erscheinen lässt³⁴³ dient hierfür als Grundlage. Bilder stellen also nicht lediglich einen Ausschnitt aus einer vom Videoproduzenten inszenierten Realität dar, sie können je nach Verwendungszweck mehrere Sichtweisen repräsentieren, und mittels verschiedenster Faktoren dermaßen beeinflusst und manipuliert werden, dass sie, aus ihrem ursprünglichen Kontext gerissen, einen völlig neuen Aussagegehalt erhalten.

4.2.2.1. Bildcollagen

Die erste hier untersuchte Bildcollage hat den Titel *The War in Iraq*³⁴⁴ und deutet durch eine Blutlache unter dem Titel des Videos auf eine dem Krieg eher negativ gesinnte Stimmung hin.

Das Video weist mit knapp 4,5 Millionen Views einen relativ hohen Grad an Popularität auf. Der Upload des Videos erfolgte im Dezember 2006, also knapp ein Jahr bevor die US-Soldaten daran gehindert wurden,



Abb. 12

weiteres Bild- und Videomaterial auf Videoplattformen zu veröffentlichen. Mit gut fünf Minuten Länge ist es auch, ungleich der bereits behandelten Beispiele, relativ lang.

Zu Beginn werden dem Nutzer mittels Schrifteinblendungen Fakten über den bisherigen Kriegsverlauf präsentiert, welche in ihrem Aussagegehalt nicht mit dem von den Medien und der Regierung propagierten klinisch sauberen Krieg übereinstimmen.

Entgegen der restriktiven Bilderpolitik der US-Medien im Irakkrieg, versucht dieses Video sehr wohl, das „wahre“ Gesicht des Krieges abzubilden. Es werden Bilder von desillusioniert wirkenden Soldaten gezeigt, sowie auch unzensurierte Opferbilder. Unter vielen harmlosen Aufnahmen sind auch einige mit teils verstörender Natur zu finden, die eher einem Kriegsschauplatz zugeordnet werden können als jene, die von den Medien veröffentlicht wurden. Diese Mischung aus patriotischen und jedoch in Bezug auf die Kriegsgeschehnisse realistischen Bildern, verleiht dieser Bildcollage einen hohen Grad an Authentizität.

Ein weiterer Punkt, welcher für die Bilderpolitik des Videos von Bedeutung ist, sind die im Vordergrund stehenden US-Soldaten. Selbst wenn irakische Zivilisten im Bild zu sehen sind, erscheinen diese nicht als zentrale, das Bild dominierende Individuen, sondern sind stets im Kontext mit den US-Soldaten abgebildet, sei es an ihrer Seite³⁴⁵ oder als Kinder, welche hinter einem Panzer herlaufen.³⁴⁶

Die hier dargestellten Eindrücke vermitteln in einer auf fünf Minuten komprimierten Form den irakischen Kriegsalltag aus Sicht der US-Soldaten. Es werden sowohl die Auswirkungen

³⁴³ Reichle/Siegel. Gibt es ein Maß für das Maßlose?, S. 10

³⁴⁴ <http://www.youtube.com/watch?v=0aeCNEP6jpw&feature=related>, Stand: 27.10.2011

³⁴⁵ ebd., 00:01:30

³⁴⁶ ebd., 00:01:14



Abb. 13

der Kampfeinsätze gezeigt, als auch die Umstände vor und nach diesen Einsätzen, und die daraus resultierenden potentiellen Opfer; ein Faktor, der sowohl in den Massenmedien als auch in den von der Regierung und vom Militär beherrschten Medien ein Tabu darstellte.

Zerstörte Gebäude und Straßen sowie aufsteigende Rauchwolken von Kriegsschauplätzen stellen den Grundtenor des Videos dar.

Die Bilder der Collage sind größtenteils von einem starken Symbolismus geprägt, welcher wohl primär den Einsatz der US-amerikanischen Truppen im Irak zu legitimieren versucht. So ist auf Abbildung 14 ein Soldat zu sehen, der ein Gewehr auf ein Bild Saddam Husseins am Straßenrand richtet, ein symbolträchtiges Bild, das einerseits für den Kampf gegen den Terrorismus und andererseits für eine mittels der Hilfe der Amerikaner neu errungene Freiheit im Golfstaat steht.

Im Gegensatz zu den vorher behandelten Videos, ist hier jedoch die Grundaussage eines beinahe schon naiv unschuldigen Krieges nicht gegeben. Die Bilder zeigen mit Staub bedeckte, unter Druck stehende Soldaten im Kampfeinsatz, von Rauchwolken und brennenden Fahrzeugen und Gebäuden umgeben – ein Ausdruck des realen Kriegsalltages.



Abb. 14



Abb. 15

Das Video wirkt, wie etwa die zuvor behandelten Beispiele, in keiner Weise beschönigend. Vielmehr vermag es, eine Kriegsrealität darzustellen, die in den Medien nur selten bis gar nicht sichtbar wird. Es werden nicht nur Explosionen und brennende Objekte gezeigt, auch Verletzte, sowohl auf amerikanischer als auch auf irakischer Seite, werden abgebildet. Es ist kein Krieg ohne Opfer.

Die Abbildung verwundeter US-amerikanischer Soldaten gegen Ende des Videos, stößt an die Tabugrenzen der bereits besprochenen vom Pentagon auferlegten Zensurmaßnahmen. Doch der dadurch entstehende Realitätsgehalt spricht ebenso gegen einen klinisch sauberen Krieg, wie auch Bilder von Särgen getöteter US-Soldaten, die per Flugzeug zurück in die Heimat geschickt werden (siehe Abbildung 15).

Die letzte Einstellung, welche einen weinenden US-amerikanischen Soldaten zeigt,³⁴⁷ unterstreicht die Grundaussage des Videos über einen für viele nicht als solchen

³⁴⁷ <http://www.youtube.com/watch?v=0aeCNEP6jpw&feature=related>, Stand: 27.10.2011, 00:04:53

wahrgenommenen, verlustreichen Krieg im Irak. Es findet keine, wie sonst übliche Reinwaschung der Bilder statt. Die ausgewählten Bilder vermögen das zu vermitteln, was von den Medien verabsäumt wurde: ein authentisches Bild von einem aufgrund der täuschenden Informations- und Medienpolitik der US-Regierung nicht als blutig wahrgenommenen Krieg.

Bei dem Video mit dem Titel *Explosive war footage of the real war in iraq! The true soldier's story ~ War in Iraq*³⁴⁸ handelt es sich ebenfalls um eine Bildcollage. Mit rund einer Millionen Views liegt die Popularität dieses Videos jedoch weit unter der des eben analysierten Videos. Mit 4:22 Minuten Länge ist es auch knapp eine Minute kürzer als das erste Beispiel.

Der zentrale Punkt des Videos ist es, das reale Leben eines US-Soldaten im Irak zu porträtieren. Die bildliche Argumentation stützt sich auf ständig wiederkehrende Schrifteinblendungen, welche die in der Öffentlichkeit gefeierte falsche Glorifizierung des Soldatenlebens in Frage stellt. Dies wird durch aus den Medien bekannte Bilder unterstrichen, welche Soldaten in ruhmträchtigen Einsätzen wie dem Fliegen von Kampfflugzeugen zeigen.³⁴⁹

Der auf die relativ ruhig und heroisierend wirkenden Bilder folgende Schnitt stellt eine Reihe von Bildern vor, die in ihrer Darstellung eher einem realistischen Krieg entsprechen, als etwa die Videos von *MNFIRAQ*. Es werden Soldaten im Kampfeinsatz gezeigt, während sie reglos am Boden verharren und ihnen die Angst ins Gesicht geschrieben steht, wie auf Abbildung 16 zu sehen ist. Es folgen Bilder von sich im Gefecht befindenden Soldaten, den Witterungen des Kriegsgebietes ausgesetzt.³⁵⁰ Die Grundeinstellung der Soldaten wirkt nicht, wie etwa in



Abb. 16

den Videos des Pentagons, entspannt und gelassen, sondern die Anspannung während des Einsatzes ist deutlich spürbar. Die Bilder zeigen Soldaten, die sich darüber bewusst sind, dass sie sich in einer ernstesten Situation befinden und sich ihres Lebens und ihrer Rückkehr in die Heimat nicht sicher sein können.

Während die Aufnahmen es zwar vermögen, eine gewisse Vorstellung darüber zu vermitteln, wie das Leben der Soldaten an der irakischen Front aussieht, erfolgt durch eine gezielte Bildauswahl auch unweigerlich eine unbestreitbare Heroisierung der US-Soldaten.

Das Video ist auf viele emotionalisierende Mittel gestützt. Die sich ständig wiederholenden, empathischen Schrifteinblendungen, die den Zuseher persönlich adressieren, tragen zu einer zusätzlichen Glorifizierung des Militäreinsatzes im Irak bei.

³⁴⁸ <http://www.youtube.com/watch?v=xKFtNEM23d8&feature=related>, Stand: 28.10.2011

³⁴⁹ ebd., 00:00:24

³⁵⁰ ebd., 00:00:42

Ebenso wie das eben analysierte Video, macht auch dieses vor der Verwendung von Bildern verwundeter oder toter US-Soldaten nicht Halt.³⁵¹ Somit wird ihnen wiederum unweigerlich ein gewisser Grad an Authentizität verliehen, da nicht davor zurückgeschreckt wird, das wahre Gesicht eines gewaltsamen Krieges abzubilden.

Die monotone, leicht melancholisch anmutende Hintergrundmusik des Videos, unterstreicht die Tragik der Videobilder. Sie verstärkt zudem den leichten Hang zum Patriotismus, der dieses Video begleitet.

Eine Aufnahme, die sowohl im vorherigen Video, als auch in diesem Verwendung findet, ist jene des auf Abbildung 18 zu sehenden weinenden US-Soldaten in der Nahaufnahme, welches in diesem Kontext eine melancholischere Lesart bekommt als vorhin.



Abb. 17



Abb. 18

Ein weiterer augenfälliger inhaltlicher Punkt des Videos ist die stete zentralisierende in Szene Setzung des Zusammenhaltes und der Kameradschaft zwischen den Soldaten.³⁵² Somit wird dem Zuseher ein Gefühl der Einheit vermittelt, ein Aspekt, welcher unter anderem als Indiz eines starken Patriotismusgefühls angesehen werden kann.

Ein wiederkehrendes Element ist außerdem das ins Zentrum des Bildes gerückte Präsentieren der amerikanischen Flagge, wie auf Abbildung 19 zu sehen ist. Das Zeigen dieses Symbols für die Vaterlandsliebe kann ebenfalls als Grundaussage der Bildsprache des gesamten Videos gesehen werden. Anders als das vorherige Video, sind in diesem außerdem nicht nur die Säрге gefallener Soldaten zu sehen,³⁵³ sondern auch Bilder trauernder Angehöriger.³⁵⁴



Abb. 19

Es wäre naiv anzunehmen, die verwendeten Bilder für dieses Video wären in ihrer Verwendung neutral und informativ angeordnet worden. Vielmehr zielen sie durch ihre emotionalisierende Bildsprache auf die moralische und patriotische Unterstützung der Zuseher. Interessanterweise wirkt dieses Video, trotz ähnlicher Intentionen, hinsichtlich der Legitimierung des Krieges überzeugender als jene des Pentagons. Durch die Entscheidung,

³⁵¹ <http://www.youtube.com/watch?v=xKFtNEM23d8&feature=related>, Stand: 28.10.2011, 00:01:13

³⁵² vgl. <http://www.youtube.com/watch?v=xKFtNEM23d8&feature=related>, Stand: 28.10.2011, 00:02:32

³⁵³ ebd., 00:03:10

³⁵⁴ ebd., 00:03:12

auch die blutigen Seiten des Krieges zu zeigen, wird dem Video gleichzeitig ein gewisser Grad an Authentizität als auch an Patriotismus verliehen. Dadurch wird automatisch eine größere Zahl an Zuschauern angesprochen, da sich vor allem das US-amerikanische Publikum mit diesen Bildern zu identifizieren scheint, was auch die Userkommentare des Videos bestätigen. Zusammenfassend kann wohl die Behauptung aufgestellt werden, dass das Video als Versuch steht, mittels gezielt selektierter und geschickt arrangierter Aufnahmen, ein Bild des kontemporären amerikanischen Heldentums zu vermitteln.

4.2.2.2. Cockpitaufnahmen

Cockpitaufnahmen gehören besonders seit dem Zweiten Golfkrieg, wie bereits im ersten Kapitel dieser Arbeit diskutiert wurde, zu beliebten Berichterstattungsformen des Krieges. Anders als noch zu Beginn der 1990er Jahre, reduziert sich die heutige Darstellungsweise jedoch nicht mehr lediglich auf Objekte wie etwa Gebäude als Ziele. Stattdessen war die US-Armee während des aktuellen Irakkrieges bereits vehemente Kritik ausgesetzt, als Helikopteraufnahmen von Tötungen irakischer Zivilisten an die Öffentlichkeit gelangten. Ein brisantes Beispiel soll an dieser Stelle analysiert werden.

Das Video mit dem Titel *Apache Kills in Iraq*³⁵⁵ wurde im Juli 2006 auf *YouTube* hochgeladen. Wann die Aufnahmen tatsächlich gemacht wurden, ist nicht bekannt. Mit knapp 43.000 Views scheint das Video verglichen mit den anderen hier behandelten Beispielen relativ unpopulär zu sein, allerdings existieren auf *YouTube* noch andere Versionen des Videos mit anderen Benennungen (vgl. *Apache Kills*, *Apache kills terrorists*).

Die Entscheidung, dieses Video für die Analyse zu wählen, wurde unter anderem deswegen getroffen, da der Großteil der auf *YouTube* zu findenden Cockpitaufnahmen ohne Tonaufnahmen verfügbar ist. Obwohl sich die Videoanalyse primär auf die visuelle Darstellung konzentrieren soll, gibt die begleitende Tonspur entscheidenden Aufschluss über die Intentionen der Piloten, als die Bildaufnahmen gemacht wurden.



Abb. 20

Wie bei solchen Aufnahmen üblich, ist die Bildqualität relativ schlecht, es sind keinerlei Farben sichtbar, die Aufnahmen basieren stattdessen auf schwarz-weiß Effekten. Neben der schemenhaft erkennbaren Landschaft und den Umrissen von Fahrzeugen im Hintergrund, sind die Bilder gekennzeichnet durch die Einblendung eines Fadenkreuzes in der Bildmitte.

Das Video zeichnet sich besonders dadurch aus, dass dem

³⁵⁵ <http://www.youtube.com/watch?v=LoFq9jYB2wo>, Stand: 29.10.2011

Zuseher zusätzlich zu den Bildaufnahmen auch die Kommentare des Piloten unterbreitet werden. So hört man in dem Moment, als eine der beiden am Bildschirm erkennbaren Personen einen Gegenstand aus dem abgebildeten Fahrzeug nimmt,³⁵⁶ den Piloten feststellen, dass es sich dabei um eine Waffe handeln muss. Dieser Punkt unterstreicht die Ambivalenz der Bildsprache: der Nutzer kann einerseits dem Piloten Glauben schenken und von hier an das Video sozusagen aus der Sicht des Piloten verfolgen, oder er entscheidet sich, die zu sehenden Aufnahmen eigenständig zu interpretieren. Es steht jedoch fest, dass sich Sprache und Bild in diesem Beispiel gegenseitig beeinflussen. Für die Piloten dient die Feststellung, dass es sich bei dem Gegenstand um eine Waffe handeln muss, als Rechtfertigung, das Feuer zu eröffnen.

Der Beschluss der Piloten, ohne stichhaltige Beweise auf die im Bild sichtbaren Männer zu schießen, kann als ein weiteres Abbild eines blutigeren Krieges als des vom Pentagon dargestellten angesehen werden. Wie auch Christensen bemerkte, ist dieses Video von besonderer Bedeutung, da es, im Gegensatz zu den Helikopteraufnahmen auf *MNFIRAQ*, nicht den Beschuss von Gebäuden porträtiert, sondern das Töten von drei vermeintlichen Waffenschmugglern.³⁵⁷ Die Gravität der zu sehenden Bilder wird durch den Umstand verstärkt, dass das Schießen mit leistungsstarken Waffen auf diese drei Personen lediglich auf Vermutungen bzw. Behauptungen basiert, und völlig das Gegenteil von dem heldenhaften Verhalten US-amerikanischer Soldaten abbildet, welches in der Öffentlichkeit gerne zelebriert wurde.

Doch die ungeheure Brutalität des Videos liegt nicht im alleinigen Töten von drei unbekanntem vermeintlichen Terroristen. Aufgrund der Tatsache, dass die Aufnahmen bei Nacht gemacht wurden, sind durch die Thermoaufnahmen der Nachtsichtkamera die geradezu zerfetzt werdenden Körper der Opfer zu sehen, als sie von den Projektilen getroffen werden, wie auf Abbildung 21 zu sehen ist. Als am Ende ein auf der Erde kriechender, augenscheinlich unbewaffneter, Verwundeter ebenso durch die Schüsse getötet wird, scheint das Video die Dokumentation einer Hinrichtung zu sein, legitimiert durch die Behauptung der Piloten, es wären Waffen zu sehen gewesen. Auch Christensen stellt diesbezüglich fest: „The shocking brutality of this video was compounded by the fact that one of the three victims was shot with high-powered artillery when lying injured and defenseless on the ground, which would appear to be a clear violation of the Geneva Conventions.“³⁵⁸



Abb. 21

³⁵⁶ <http://www.youtube.com/watch?v=LoFq9jYB2wo>, Stand: 29.10.2011, 00:00:27

³⁵⁷ vgl. Christensen. *Uploading dissonance*, S. 169

³⁵⁸ ebd.

Durch die Versuche der Piloten, die Tat als eine notwendige darzustellen, erinnert dieses Video stark an die im zweiten Kapitel kurz behandelte Power Point Präsentation Colin Powells, als er durch ebenso wenig aussagekräftige Fotos die Notwendigkeit eines Kriegseinsatzes im Irak zu rechtfertigen versuchte. Die fragwürdige Medienpolitik der USA wird also in Videos wie diesen ein weiteres Mal hervorgehoben, da solche Beispiele belegen, dass der aktuelle Krieg im Irak bei Weitem nicht so unblutig und human verläuft, wie von der US-Regierung gerne behauptet wird. Betrachtet man die relativ geringe Zahl an interessierten Nutzern, so scheint die Informationspolitik der USA jedoch Früchte zu tragen.

4.2.2.3. Videos von Kampfhandlungen

Die auf *YouTube* verfügbaren Videos über Kampfhandlungen im Irak ähneln sich in ihren Darstellungsweisen und Inhalten größtenteils. Suchergebnisse mit den Begriffen „iraq, combat, fighting“ ergaben zwischen 20.000 und 52.000 Ergebnisse, wobei nur ein Bruchteil wirkliche Kampfszenen darstellt. Einige Beispiele sind lediglich Ausschnitte aus Fernsehdokumentationen über den Irakkrieg, und gehören demnach nicht zu dem hier behandelten Videogenre. Auch Videos von *embedded journalists* sind zu finden, diese sollen jedoch ebenfalls nicht die Basis der hier intendierten Analyse darstellen. Aufgrund der recht unbefriedigenden Suchergebnisse und der großen Ähnlichkeit zu den in den Medien zu findenden Beiträgen von *embedded journalists*, soll hier auf eine Analyse von Videobeispielen von Kampfeinsätzen gänzlich verzichtet werden.

4.2.2.4. Videos von US-Militärs und irakischen Zivilisten

Wie auch auf *MNFIRAQ*, gibt es auf der öffentlichen *YouTube*-Seite Videos von Interaktionen zwischen den US-Soldaten und der irakischen Bevölkerung. Aufgrund der wenig unschuldigen und heldenhaften Natur dieser Videos, unterscheiden diese sich jedoch grundlegend von jenen auf der Seite des Pentagons. Anhand eines Videobeispiels sollen hier die zentralen Unterschiede in Bezug auf die inhaltlichen als auch die formalen Aspekte dargestellt werden.

Das Video mit dem Titel *Iraqi Kids Run For Water*³⁵⁹ ist auf *YouTube* mehrmals unter unterschiedlichen Namen vertreten, hinsichtlich seiner Länge und seines Inhaltes jedoch stets ident. Mit variierenden Views zwischen 60.000 und ca. 300.000 hält sich das Video in seiner Popularität eher begrenzt, jedoch ist es ein gutes Beispiel für das intentionale Provozieren einer moralisch fragwürdigen Situation um der Präsenz der Kamera willen.

³⁵⁹ <http://www.youtube.com/watch?v=QeH1TKmYd4c>, Stand: 30.10.2011

Der Inhalt des Videos besteht darin, dass US-amerikanische Soldaten irakische Kinder mit



Abb. 22

Wasserflaschen locken, diese das Wasser jedoch nicht erreichen können, da sich die Soldaten auf einem fahrenden Fahrzeug befinden. Die Soldaten haben sichtlich Vergnügen an der Situation, was einerseits durch das Gespräch im Hintergrund deutlich wird, jedoch auch durch das Fokussieren der Kamera auf die laufenden und schreienden Kinder verdeutlicht wird. In der linken unteren

Bildhälfte wird immer wieder die lockende Wasserflasche sichtbar, wie auf Abbildung 22 erkennbar, während das eigentliche Zentrum des Bildes jedoch die irakischen Kinder darstellen. Der Grund, warum das Video bis zum Schluss nicht an Brisanz verliert, ist ein irakischer Junge, der als einziger der Kinder fest entschlossen scheint, das Wasser zu erreichen. Am Ende, als sich die Soldaten letztendlich dazu entschließen, die Flasche vom Fahrzeug zu werfen, geht der Junge dennoch leer aus, da sich eine am Straßenrand befindliche Gruppe von Jugendlichen darauf stürzt.

Das Video porträtiert recht gut den sadistischen Charakter der amerikanischen Soldaten, die durch Videoaufnahmen wie diese an dem in der Öffentlichkeit kommunizierten Heldenstatus zweifeln lassen. Aufgrund der Amateurhaftigkeit der Aufnahme, welche sich unter anderem durch die unruhige Bebilderung aber auch durch die fehlende Bildmontage auszeichnet, erhält dieses Video einen durchaus authentischen Charakter. Die Selbstinszenierung der Soldaten als die Situation beherrschende Individuen wird durch den Inszenierungscharakter des Videos unterstrichen. Zwar handelt es sich nicht um die gleiche Art von Inszenierung wie zum Beispiel bei den Videos des Pentagons, da das Video nicht von augenscheinlich propagandistischer Natur ist. Jedoch suggeriert die Bildsprache des Videos, dass die Situation von den Soldaten für die Kamera provoziert wurde, um das Video produzieren zu können. Die Intentionen des Pentagons, der Öffentlichkeit ein gutes Verhältnis zwischen den US-Soldaten und irakischen Zivilisten zu verkaufen, werden durch Videos wie dieses untergraben.

4.2.2.5. Funvideos

YouTube wurde von den US-Soldaten nicht nur als Plattform genutzt, um private Videos von militärischen Einsätzen zu veröffentlichen, sondern auch, um die sonst eher als ernst aufgefasste Stationierung im Irak zu parodieren. Hierbei ist das Erstellen und Veröffentlichen von so genannten Funvideos beliebt, die sich durch das Dokumentieren von abseits des Kriegsschauplatzes stattfindende, humoristische Aktivitäten auszeichnen.

Ein Beispiel hierfür ist das Video mit dem Titel *soldiers bored in iraq*.³⁶⁰ Wie bereits die Beispiele zuvor, behandelt das Video nicht die Kriegsvorkommnisse selbst, sondern porträtiert die Interaktionen zwischen den Soldaten. In diesem Falle besteht der humoristische Aspekt des Videos darin, dass sich ein Soldat mittels Klebeband an die Front eines Humvees (High Mobility Multipurpose Wheeled Vehicle) befestigen lässt.



Abb. 23

Mit 01:26 Minuten Länge ist dieses Video bis jetzt das kürzeste seiner Art, allerdings hat es inhaltlich als auch ästhetisch nur wenig zu bieten. Anders als die vorherigen Videos, zeichnet sich dieses jedoch durch die stark erkennbare Amateurhaftigkeit des Videos aus. Die Bilder sind nicht aneinander montiert, es erfolgt kein einziger Schnitt. Folglich besteht das Video aus einer einzigen Bildsequenz. Durch diesen Aspekt kommt es zu einer etwas unruhigen Kameraführung, wodurch der Aufnahme ein hoher Grad an Authentizität verliehen wird.

Dieses Videobeispiel ist zwar hinsichtlich seines Inhaltes von etwa gleich uninteressanter Natur wie die Videobeiträge des Pentagons, andererseits ist es auch als Beweis dafür zu sehen, dass US-Soldaten in Zeiten des zunehmenden Verlangens nach Kommunikation und Partizipation, in einer Ausnahmesituation wie zum Beispiel der Isolierung in einem Krisengebiet, Techniken der Videokunst dazu verwenden, sich einerseits zu beschäftigen, dies andererseits aber auch dazu verwenden, sich der Außenwelt mitzuteilen.

4.2.2.6. Videobeiträge im MTV-Stil

Im Zuge der zunehmenden Entertainisierung von Ereignissen im 21. Jahrhundert ist es nicht weiter verwunderlich, dass auch im besetzten Irak Videos im Stile der Entertainmentkultur verfasst wurden. So sind einige Beispiele von Bildmaterial aus dem Krisengebiet, montiert zu einem humoristischen Unterhaltungsvideo, zu finden, wobei zwei Beispiele hier analysiert werden sollen.

Das Video mit dem Titel *Dance Party in Iraq*³⁶¹ ist mit knapp sieben Millionen Views das bisher bei weitem populärste Video über den Irakkrieg auf *YouTube*. Inhaltlich bietet es wenig Informationswert über den Krieg selbst, das Video gibt jedoch Aufschluss darüber, welchen Tätigkeiten die US-Soldaten speziell in ihrer Freizeit nachgehen.

³⁶⁰ <http://www.youtube.com/watch?v=m116voRYjR4>, Stand: 30.10.2011

³⁶¹ http://www.youtube.com/watch?v=UW1toLy_FMQ&feature=related, Stand: 30.10.2011

Nach anfänglich romantisierenden Aufnahmen eines Sonnenunterganges und dem Zeigen der irakischen Flagge,³⁶² folgt ein Schnitt auf den Beginn des eigentlichen Videos. Man sieht einen Soldaten singend unter der Dusche, sichtlich für die Kamera posierend, wie auf Abbildung 24 zu sehen ist. Die Machart des Videos zeichnet sich durch die Montage mehrerer Kurzvideos aus, die anhand unterschiedlicher Musikeinschübe mehrere Thematiken behandeln. So wird in dem zweiten Kurzvideo durch



Abb. 24

humoristisches Verhalten der Soldaten die Stationierung der Truppen im Irak mokiert.³⁶³

Der Schnitt auf den nächsten Part, stellt den Übergang zum Hauptteil des Videos dar. Zu



Abb. 25

Eddy Grants *Electric Avenue* stellen die Soldaten bei den verschiedensten Schauplätzen diverse Szene nach, welche allerdings Zweifel an der Seriosität ihres Kampfeinsatzes im Irak aufkommen lassen.

Generell deutet das Videoformat auf einen relativ professionellen Zugang hinsichtlich Bildmontage und Schnittfolge hin, auch die Bildqualität und die Bildeinstellungen sprechen gegen ein laienhaftes Werk.

Im weiteren Verlauf des Videos wird jedoch nicht nur der Einsatz der Truppen im Irak mokiert, sondern auch die irakische Bevölkerung bzw. irakische Gefangene. Das Zusammenspiel zwischen Bild und Liedtext³⁶⁴ lässt auf die Respektlosigkeit der amerikanischen Soldaten gegenüber der irakischen Bevölkerung sowie gegenüber des Problemfaktors Terrorismus schließen.

Inhaltlich sagt das Video ebenfalls nur wenig über den Kampfeinsatz der US-Soldaten aus. Vielmehr bietet es einen Einblick in Alltagssituationen bzw. Aktivitäten in der Freizeit und einen Eindruck vom täglichen Patrouillieren der irakischen Straßen. Eine Grundaussage des Videos ist jedoch die, wie es scheint, zunehmende Desillusionierung der Soldaten hinsichtlich der Sinnhaftigkeit ihres Einsatzes im Irak. Denn das Filmen nicht nur während der Freizeitaktivitäten, sondern auch während des Einsatzes in voller Ausrüstung, spricht für dieses Argument. In einem Zeitalter, wo die Generationen der im Irak stationierten Soldaten mit TV-Sendern wie MTV aufgewachsen sind, und ihnen sozusagen die Entertainingisierung von Gefahrensituationen von Kindesbeinen an vorgelebt wurde, ist es nicht weiter verwunderlich, solche Videos auch aus dem Kriegsgebiet vorzufinden.

³⁶² http://www.youtube.com/watch?v=UW1toLy_FMQ&feature=related, Stand: 30.10.2011. 00:00:25

³⁶³ ebd., 00:00:52

³⁶⁴ ebd., 00:03:05

Ein weiteres Video dieser Art ist jenes mit dem Titel *((SHAKE IT)) Army soldiers 3rd platoon – Iraq*.³⁶⁵ Mit rund 2,7 Millionen Views verzeichnet es weitaus weniger Interesse als das vorher behandelte Video.

Inhaltlich basiert das Video auf einer Aneinanderreihung von Kurzvideos tanzender Soldaten, die sich zum Rhythmus der zu hörenden Hip-Hop Musik bewegen. Dies geht



Abb. 26

einher mit der Parodierung von diversen Kampfeinsätzen, wie etwa dem Tanzen vor Explosionen im Hintergrund³⁶⁶ oder obszönem Tanzen in Uniform.³⁶⁷ Das Video zeichnet sich durch diverse sexuelle Anspielungen auf Kampfmaschinerie und Waffen als Phallussymbole aus. So wird zum Beispiel eine Panzerkanone als

Verlängerung des männlichen Geschlechts dargestellt, wie auf Abbildung 26 erkennbar ist.

Es wurde bereits erwähnt, dass die tanzenden Soldaten das Hauptthema des Videos darstellen. Sie werden sowohl in ihrer Freizeit in Zivilkleidung gezeigt, als auch beim Einsatz in Uniform und mit Waffen ausgestattet. Ebenso wie das vorherige Beispiel auch, scheint dieses Video Indiz für die augenscheinliche Langeweile und Desillusionierung der US-Truppen zu sein, welche sich neben den auf *YouTube* ebenso thematisierten, überdramatisierten Kampfeinsätzen unter anderem durch das Produzieren solcher, in der heutigen MTV-Kultur beliebten Musikvideos, die Zeit zu vertreiben scheinen.

Die Montage der Bilder deutet, wie bereits das Beispiel zuvor, auf einen professionellen Zugang zum Anfertigen Videos dieser Art hin. Zumindest wurden die Bilder sowohl inhaltlich als auch rhythmisch gemäß der begleitenden Musik montiert. Wort und Bild stellen somit, wie bereits in den vorherigen Beispielen auch, ein perfektes Zusammenspiel dar und ergänzen sich gegenseitig. Nur durch das Harmonieren dieser beiden Faktoren wird der intendierte Humor und Unterhaltungsfaktor des Videos auch funktionell.

Natürlich kann nach der Analyse der hier erwähnten Videos auch argumentiert werden, dass es sich hierbei lediglich um die Aufzeichnung von Freizeitaktivitäten einzelner im Irak stationierter Soldaten handle. Gegen diese Behauptung spricht allerdings der Umstand, dass die Aufnahmen nicht nur Freizeitaktivitäten thematisieren, sondern auch während Patrouillenfahrten und dem Hantieren mit Waffen gefilmt wurde. Der zunehmende Wunsch nach Entertainisierung und Kommunikation in der digitalen Welt macht also auch vor Krisengebieten keinen Halt. Hierbei stellt *YouTube* ein ideales Medium dar, da es gleichzeitig

³⁶⁵ http://www.youtube.com/watch?v=Of_rSbW-5rw, Stand: 30.10.2011

³⁶⁶ ebd., 00:00:14

³⁶⁷ ebd., 00:00:21

die Distribution als auch die Partizipation an den geteilten Videos ermöglicht, und somit einen wesentlichen Teil zur Unterhaltungskultur beiträgt – ein Aspekt, der in folgendem Punkt noch detaillierter ausgeführt werden soll.

4.2.2.7. Participatory Culture vs. Confessional Culture

Die Entertainisierung des Krieges wurde in der vorliegenden Arbeit bereits mehrmals diskutiert, allerdings wurde ein wesentlicher Faktor immer wieder außen vor gelassen, welcher jedoch speziell hier von besonderer Bedeutung ist: das Ereignis Krieg selbst als Entertainment. Andén-Papadopoulos spricht hier die bereits erwähnte neue MTV-Generation von Soldaten an, als er versucht, die neuartige Art und Weise der Bebilderung des Irakkrieges durch Soldaten im Internet zu analysieren und in den sozialen Kontext einzubetten.

The Iraq war is being fought by what has been called the first Playstation generation, raised on Hollywood films, graphic video games, and internet porn. When this generation of soldiers now documents and tries to communicate their experiences of actual warfare, they fall back on contemporary popular culture and its broad repertoire of war as entertainment.³⁶⁸

Christensen spricht in diesem Zusammenhang von einem Trend hin zu einer *confessional* culture, in der digitale Medien zunehmend zur Selbstinszenierung und der „exhibition of the self“ umfunktioniert werden.³⁶⁹ Hier stellt sich jedoch die Frage, inwiefern das Aufstreben der digitalen Medien diese neue Art der Medialisierung des Krieges bedingte. Die Tendenz hin zur exzessiven Bebilderung des Irakkrieges ist zweifelsohne abhängig von diesem Trend. Einerseits bekamen die heute im Irak stationierten Soldaten bereits früh eine immer abstrakter werdende Medienrealität vorgelebt, während in den Medien gleichzeitig der exhibitionistische Hang zur Selbstinszenierung zelebriert wurde. In einer von MTV produzierten Sendung über den Irakkrieg, wurde genau dieser Aspekt der exhibitionistischen Natur der Kriegsbilder thematisiert.

To a generation of soldiers raised on first-person-shooter video games, armed with pocket-sized digital still and video cameras, the Iraq war is coming home in an unprecedented, and sometimes disturbing, graphic way. A previous generation's soldiers from Vietnam returned mostly with still photos and memories [...] but the military's lax rules on the posting of video on the Internet have allowed Iraq war soldiers to post their uncensored video diaries online for all the world to see [...] providing a visual document of life during wartime as it's never been seen before.³⁷⁰

³⁶⁸ Andén-Papadopoulos, Kari. US Soldiers Imaging the Iraq War on YouTube, *Popular Communication*, 2009a, 7:1, S. 17-27, <http://dx.doi.org/10.1080/15405700802584304>, Stand: 16.09.2011, S. 20

³⁶⁹ vgl. Christensen, Christian. „Hey Man, Nice Shot“: Setting The Iraq War to Music on YouTube, in: Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick. *The YouTube Reader*, Stockholm: National Library of Sweden 2009, S. 207

³⁷⁰ zit. in Christensen. „Hey Man, Nice Shot“. S. 207

Betrachtet man diese stets wiederkehrende Fokussierung auf Videospiele und digitale Medien als beeinflussende Faktoren des Alltagslebens der Soldaten, ist es nicht weiter verwunderlich, dass die Bebilderung des Irakkrieges in seiner Thematik und seinen Darstellungsformen immer neuartige und exzessivere Züge annimmt. Die Bilddokumentation einer Generation von Soldaten, die, wenn man den eben erwähnten Berichten Glauben schenken darf, durch den Einfluss der Medien immer mehr den Bezug zur Realität verlieren, bietet somit einen noch nie dagewesenen, von Zensurmaßnahmen beinahe unbeeindruckten Einblick in das Kriegsgeschehen, einerseits Informationen liefernd, andererseits das Bedürfnis der Öffentlichkeit nach Entertainment und gleichzeitiger Desinformation befriedigend.

Doch die Bilderpolitik der durch die US-Soldaten geprägten Bildlandschaft des Irakkrieges ist ebenso beeinflusst durch einen immer persönlicher werdenden Zugang zur Berichterstattung. Obwohl bereits durch die Einbettung von Journalisten der Anschein einer vermeintlich objektiven und individualistischen Kriegsberichterstattung vermittelt wurde, wird erst durch die von den Soldaten publizierten Bilder das wahre und beinahe authentische Gesicht des Krieges sichtbar.

Mithilfe der Videoplattformen des Web 2.0 ist es den Soldaten möglich, einerseits ein realitätsgetreueres Bild über den Krieg zu vermitteln, als es die Massenmedien vermochten. Andererseits dienen sie den Soldaten als Mitglieder einer *confessional culture* als Instrument, sich mit Hilfe der Produktion und Distribution selbst erstellter Videos die Kriegsrealität vor Augen zu halten und als reell empfinden zu können. Soldaten selbst behaupteten von den von ihnen angefertigten Videos, „that the music videos proved to be both a form of historical documentation for the broader population, and a personal confirmation that experiences in battle were, in fact, real.“³⁷¹

Dieser Hang hin zu einer realeren Bebilderung des Krieges nahm jedoch stellenweise groteske Ausmaße an. So wurde nicht davor Halt gemacht, Bilder verstümmelter Opfer als Kriegstrophäen auf eigenen Internetseiten zu publizieren, wie im folgenden Punkt näher ausgeführt wird.

4.2.3. NowThatsFuckedUp.com

Die Internetseite NowThatsFuckedUp.com wurde bei ihrer Gründung als reguläre Pornoseite verwendet, auf der Männer Nacktfotos ihrer Freundinnen publizieren konnten. Nach dem Beginn des Irakkrieges wurde die Seite jedoch vorwiegend für das Verbreiten verstümmelter Kriegsoffer verwendet, um als Gegenleistung pornographisches Material zu erhalten. Wie

³⁷¹ zit. in Christensen. „Hey Man, Nice Shot.“, S. 214

die Userpostings jedoch bald zeigten, wurde dieses Teilen von Bildmaterial nicht mehr bloß als Tauschhandel empfunden, sondern konvergierte rasch zum Unterhaltungsinstrument.³⁷²

Obwohl die Seite kein traditionelles Beispiel des hier vorliegenden Themas darstellt, kann sie doch zu einer kurzen Analyse der visuellen Darstellung des Irakkrieges im Internet herangezogen werden. Die Bilder der Seite stehen seit der Schließung der Webseite 2006³⁷³ nicht mehr vollständig zur Verfügung, es existiert jedoch ein recht umfangreiches Archiv ausgewählter Photographien, wodurch die Öffentlichkeit weiterhin Zugang zu den Bildern hat.³⁷⁴ Aufgrund der verstörenden Natur der Photos, soll die hier vorgenommene Analyse jedoch basierend auf den über die Webseite erschienenen Artikel stattfinden, nicht zuletzt, um den voyeuristischen und respektlosen Umgang der Öffentlichkeit mit Bildern dieser Art nicht zu unterstützen.

Zornick stellt in seinem Artikel fest, dass „[t]he website has become a stomach-churning showcase of the pornography of war—close-up shots of Iraqi insurgents and civilians with heads blown off, or with intestines spilling from open wounds. Sometimes photographs of mangled body parts are displayed.“³⁷⁵ Der Unterhaltungsfaktor der Seite bestand darin, dass die Nutzer erraten mussten, um welche abgebildeten Körperteile und Gliedmaßen es sich handelte. Doch anstatt Ekel oder Mitgefühl hervorzurufen, erzeugten die Bilder bei den Nutzern eine an (sexuelle) Erregung anmutende Erheiterung. „For some people, any arousal – it doesn’t matter if it is a negative image or a pornographic image – if it takes away the boring humdrum of everyday existence, it’s all the better.“³⁷⁶

NowThatsFuckedup.com stellt ein Paradebeispiel für die negativen Folgen der Vernetztheit der Soldaten via Internet im Krisengebiet dar. Obwohl das Internet anfänglich als vorteilhaft empfunden wurde, da es den Soldaten die Möglichkeit bot, untereinander und mit ihren Angehörigen Informationen von der Front zu teilen, erwies es sich bald als „double-edged sword.“³⁷⁷ Die Schließung der Webseite und die anschließende Verurteilung des Betreibers derselben bedeutet zumindest, dass solch ein unmenschliches Verhalten, selbst in Ausnahmeständen wie in Kriegszeiten, von der Regierung nicht toleriert wird. Dennoch ist das bloße Existieren einer solchen Seite ein Hinweis darauf, dass die Bedeutung von Kriegsbildern nicht mehr lediglich im reinen Informieren besteht, sondern zunehmend zu Waren und Instrumenten der Unterhaltung und sexuellen Befriedigung mutieren.

³⁷² vgl. Andén-Papadopoulos. Body horror on the internet. S. 926

³⁷³ vgl. ebd.

³⁷⁴ Auf der Internetseite <http://sites.google.com/site/pornofwar> steht weiterhin ein umfangreiches Bildarchiv über die ehemaligen Inhalte von NowThatsFuckedUp.com zum Download zur Verfügung

³⁷⁵ Zornick, George. The Porn of War. 22.09.2005, <http://www.commondreams.org/views05/0923-26.htm>, Stand: 15.08.2011

³⁷⁶ zit. in ebd.

³⁷⁷ ebd.

4.2.3.1. *Gewaltbilder als Unterhaltungsfaktor*

In Zeiten der zunehmenden Technologisierung des Alltags ist es nicht weiter verwunderlich, dass speziell das Internet als Instrument der Informationsverbreitung, aber auch der Entertainisierung des Krieges Verwendung findet. Es sind jedoch die im Internet verbreiteten Abbildungen des Krieges, die vorwiegend zu dieser Entertainisierung beitragen. Wie eben erwähnt, fungieren Kriegsphotographien und Videos über den Krieg nicht mehr ausschließlich als Nachrichten, sondern werden verstärkt aufgrund ihres Unterhaltungswertes beurteilt. Angefangen von den *embedded journalists*, deren Berichterstattung weniger auf Information, sondern eher auf Desinformation basiert, bis hin zu Weblogs oder Videoplattformen, die einerseits zu Informationszwecken, andererseits aber, trotz ihrer teils brisanten Inhalte und Thematiken, zu Unterhaltungsmedien umfunktioniert werden.

Speziell die von Soldaten produzierten Bilder über den Irakkrieg sind nicht lediglich Abbildungen des Kriegsschauplatzes, vielmehr stellen sie so genannte „trophy photos“³⁷⁸ dar. Das Wort „trophy“ wird unter anderem wie folgt definiert: „an object that you keep to show that you were successful in sth, especially hunting or war.“³⁷⁹ Demnach handelt es sich bei „trophy photos“ um markante Photographien, die von den Soldaten als Erinnerung an den Krieg gemacht bzw. gesammelt wurden. Im Falle von NowThatsFuckedUp.com entsprechen diese allerdings nicht harmlosen Abbildungen des Kriegsalltags, sondern vielmehr Photographien verstümmelter irakischer Kriegsoffer, deren teils zur Unkenntlichkeit entstellte Körper die Zuordnung zur Zivilbevölkerung oder den Rebellen unmöglich macht. In einem Zeitalter, in dem die heutige Generation der Soldaten, welche im Irakkrieg dient bzw. diente, durch die zunehmende Technologisierung des Alltags und das damit verbundene Aufwachsen mit abstumpfenden Videospiele und gewaltverherrlichender Musik, stetig an Realitätsbezug verliert, stellen derartige Bilder der Gewalt und Brutalität eines Krieges kein Tabu mehr dar. Natürlich soll dies keine Verallgemeinerung der US-amerikanischen Jugend darstellen, vielmehr treffen diese Aspekte auf eine Generation von Jugendlichen zu, deren moralische Werte bereits durch problematische familiäre und soziale Verhältnisse beeinträchtigt wurden.

They are kids raised on hip-hop, Marilyn Manson and Jerry Springer. For them, „motherfucker“ is a term of endearment. [...] These young men represent what is more or less America's first generation of disposable children. More than half the guys from the platoon come from broken homes and were raised by absentee, single, working parents. Many are on more intimate terms with video games, reality TV shows and Internet porn than they are with their own parents.³⁸⁰

³⁷⁸ Cockrell, Cathy. Berkeley student recalls, in chilling detail, life on an Iraq war ER unit. http://berkeley.edu/news/media/releases/2008/09/22_teachin.shtml, Stand: 26.11.2011

³⁷⁹ Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford [u.a.]: Oxford University Press 2010, S. 1656

³⁸⁰ zit. in Christensen. „Hey Man, Nice Shot“. S. 206

Diese Begeisterung für virtuelle Unterhaltungsformen und der frühe Verlust eines gesunden Realitätsbewusstseins scheint einer der Gründe zu sein, warum das einzige noch existierende Mittel, um diese Generation von Soldaten zu inspirieren und zu unterhalten, die Stimulation durch Gewaltbilder ist.

4.2.4. War Porn

War Porn wird von den Betreibern der Internetseite *Porn of War*³⁸¹ folgendermaßen definiert:

War Porn is not imagery of a carnal nature. Rather, it is imagery portraying the carnage of war. The kind of imagery the Pentagon doesn't show at press briefings. The kind of pictures you won't see on T.V. or in newspapers.³⁸²

Anders als traditionelle Pornographie, hat *war porn* nicht die sexuelle Erregung der Betrachter zum Ziel, sondern vielmehr die Demütigung der abgebildeten Opfer und das gleichzeitige Schockieren des Publikums. „War porn is designed not to titillate, but to humiliate its victims and horrify its audience. Like pornography, its producers heighten their sense of reality by videoing themselves in the act, while its audience does the same by ogling the videos.“³⁸³

Eine andere, erweiterte Definition von *war porn* lautet: „English-speaking journalism defines as war porn the popular tabloids and government talk-shows, fascination with super-sized weapons and well-polished uniforms, high-tech tanks and infrared-guided bombs, a monopoly of images that some define as the aseptic substitute for pornography proper.“³⁸⁴

Bei Jacobs ist eine ähnliche Definition zu finden: „[...] several critics used the word *warporn* to denote the soldier's eroticized representations of torture. *Warporn* refers to a blurring of war torture and war mythologies as pornographic fictions. [...] They were not exactly war news, nor mainstream pornography, but ‚fucked up‘ or altered strains of the netporn culture.“³⁸⁵

Auch Jean Baudrillard betrachtet dieses Sujet kritisch in seinem gleichnamigen Text. Er bemerkt, dass bei dieser neuen Art der Bebilderung des Krieges der Krieg als Ereignis hinter den Bildern der Gewalt verschwindet, und stattdessen zu einem Simulakrum der Macht mutiert.

³⁸¹ <http://sites.google.com/site/pornofwar/>, Stand: 03.11.2011

³⁸² ebd.

³⁸³ Harkin, James. War Porn. <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2006/aug/12/comment.media2>, Stand: 14.10.2011

³⁸⁴ Pasquinelli, Matteo. Warporn Warpunk! Autonomous Videopoiesis in Wartime, <http://www.generation-online.org/t/warporn.htm>, 03.11.2011

³⁸⁵ Katrien, Jacobs. Make Porn, Not War. How to Wear the Network's Underpants. <http://libidot.org/articles/9Jacobs180-194.pdf>, Stand: 14.10.2011, S. 186; Hervorh. d. Autors

The worst is that it all becomes a parody of violence, a parody of the war itself, pornography becoming the ultimate form of the abjection of war which is unable to be simply war, to be simply about killing, and instead turns itself into a grotesque infantile reality-show, in a desperate simulacrum of power.³⁸⁶

Ausgehend von dieser Betrachtungsweise, wird der Krieg als selbständiges Ereignis neu definiert. Die Bilder des Irakkrieges, die keine Information, sondern stattdessen Entertainment bieten sollen, angefertigt sowohl von professionellen als auch Laienjournalisten, sind laut Baudrillard als Repräsentation des Superstaates USA zu sehen, der aufgrund seiner übermäßigen Macht nur mehr die Demütigung Schwächerer zu seiner Erheiterung einzusetzen weiß. „The ignominy, the vileness is the ultimate symptom of a power that no longer knows what to do with itself. [...] and cannot stand itself, unless it engages in self-parody in an inhuman manner.“³⁸⁷ Dieses Übermaß an Überdross und Identitätskrise ist es auch, worin laut Baudrillard die Hauptaussage dieser beispielsweise auf NowThatsFuckedUp.com zu sehenden Bilder liegt. „This is where the truth of these images lies; this is what they are full of: the excessiveness of a power designating itself as abject and pornographic.“³⁸⁸ Weiters stellt er allerdings fest, dass es nicht unbedingt um den tatsächlichen Wahrheitsgehalt der Bilder geht, sondern vielmehr darum, welchen bleibenden Eindruck sie auf den Betrachter haben. Auch die *embedded journalists* wähnt er als überflüssig und unbedeutend, da es die Soldaten an der Front sind, welche echte, authentische Bilder direkt aus dem Kriegsgebiet liefern können.³⁸⁹ Die zu Fotografen gewordenen Soldaten sind es auch, die im Anschluss ihre Kriegstrophäen in Form von Gewaltbildern im Internet präsentieren.³⁹⁰

Pasquinelli wiederum betrachtet die aus dem Irak an die Öffentlichkeit gelangten Folterbilder wie jene aus Abu Ghraib als Verkörperung jener Repression menschlicher Urinstinkte, die durch *war porn* ihren, wie er schreibt, explosionsartigen Ausbruch finden. „In a libidinal explosion, war porn liberates the animal energies of Western society like a bomb.“³⁹¹ Doch nicht nur die Bilder von Abu Ghraib, sondern eher die Gesamtheit der aus dem Irak stammenden Bilder US-amerikanischer Soldaten ist diesem Prinzip des *war porn* zuzordnen. *War porn* dient demnach als Instrument der Westlichen Welt, die durch Technologisierung und Kapitalisierung unterdrückten animalischen Instinkte zu revitalisieren, und ihnen neuen Ausdruck zu verleihen. „Through such images we feel the expression of repressed instincts, the pleasure rising again after having been narcotized by consumerism, technologies, goods and images.“³⁹²

³⁸⁶ Baudrillard, Jean. War Porn. übers. von Dr. Paul A. Taylor, http://www.ubishops.ca/baudrillardstudies/vol2_1/taylor.htm, Stand: 14.10.2011

³⁸⁷ ebd.

³⁸⁸ ebd.

³⁸⁹ vgl. ebd.

³⁹⁰ vgl. Jacobs. Make Porn, Not War. S. 183

³⁹¹ Pasquinelli. Warporn, Warpunk!

³⁹² ebd.

In den Bildern des *war porn* sieht Pasquinelli allerdings nicht allein die Befriedigung perverser Kriegssympathisanten, sondern vielmehr die Umfunktionierung der Aufnahmen zu politischen Waffen und voyeuristischen Mitteln. „War porn is freed from its status of net subculture: its morbid interest and fetish for war imagery become political weapons, voyeurism and the nightmares of the masses.“³⁹³ Erst durch diese exzessive Bebilderung des Krieges, die, verglichen mit Bildern anderer Kriege, durch den Einsatz neuer Technologien immer näher an die Grenzen der vertretbaren moralischen Werte tritt, wird das Animalische des Ausnahmezustands Krieg deutlich. Erst das Aufkommen des *war porn* und die damit verbundene Faszination ermöglichen es, die animalische Natur des Menschen sichtbar zu machen.

The metaphorical association of war with sex that underpins much Anglo-American journalism points to something deeper that was never before made so explicit: a libido that, alienated by wealth, war awaits to give free reign to its ancestral instincts. War is as old as the human species: natural aggressiveness is historically embodied in collective and institutional forms, but several layers of technology have separated today's war from its animal substratum. We needed the Abu Ghraib pictures to bring to the surface the obscene background of animal energy that lay underneath a democratic make-up.³⁹⁴

Gleichermaßen schreibt Baudrillard dem Bild verbunden mit dem Krieg eine ungeheure Macht zu. Er sieht es nicht mehr als Informationsquelle, sondern als ebenso virtuell gewordenes Thema wie den Krieg selbst auch, was unweigerlich den Hang zur Pornographie mit sich bringt.

For the images to become a source of information, they would have to be different from the war. They have become today as virtual as the war itself, and for this reason their specific violence adds to the specific violence of the war. In addition, due to their omnipresence, due to the prevailing rule of the world of making everything visible, the images, our present-day images, have become substantially pornographic. Spontaneously, they embrace the pornographic face of the war.³⁹⁵

Abgesehen von der zunehmenden Sexualisierung des Krieges in Form von abstrakten Bildern des *war porn*, erhalten Abbildungen des Krieges, so wie er von Soldaten dargestellt wird, die Fähigkeit, einen Eindruck in der Öffentlichkeit zu hinterlassen. Im Gegensatz zu den vom Pentagon publizierten Videos auf den entsprechenden Videoplattformen, verfügen die von Soldaten produzierten Videos aufgrund ihrer Radikalität über politisches Potential. „Radical images are images that are still capable of being political, in the strong sense of the word, and they can have an impact on the masses that is simultaneously political, aesthetic and carnal.“³⁹⁶ Dies ist auch der wesentliche Punkt, der die laienhaft produzierten, unzensurierten Bilder des Irakkrieges von den Medienbildern und jenen Videos auf *MNFIRAQ*

³⁹³ Pasquinelli. Warporn, Warpunk!

³⁹⁴ ebd.

³⁹⁵ Baudrillard. War Porn

³⁹⁶ Pasquinelly. Warporn, Warpunk!

abhebt und in diesem Medienkrieg mehr Macht verleiht, als es bisher je ein Medium vermochte.

4.3. Der Krieg aus Sicht der irakischen Bevölkerung

Um einen Kontrast zu der eben besprochenen Darstellung des Irakkrieges aus US-amerikanischer Sicht zu bieten, soll als Abschluss dieses Kapitels eine kurze Analyse der Internetseite *Aliveinbaghdad.org* erfolgen. Die Seite ist in die Kategorie des „citizen journalism“³⁹⁷ einzuordnen und hat es sich zur Aufgabe gemacht, die irakische Sichtweise während der Okkupation des ausländischen Militärs darzustellen. Gegründet wurde die Website von dem amerikanischen Journalisten Brian Conley, dem es primär darum geht, „to build journalism in the voice of locals“ und „trying to show the truth to the outside world.“³⁹⁸

4.3.1. *AliveInBaghdad.org*

Aliveinbaghdad.org stellt ähnlich wie *YouTube* eine interaktive Internetplattform dar, die es den Nutzern ermöglicht, sowohl Informationen zu beziehen als auch die vorhandenen Beiträge zu kommentieren. Als Ziele der Initiative wird Folgendes genannt:

Alive in Baghdad employs Iraqi journalists to produce video packages each week about a variety of topics on daily life in Iraq. Through the work of a team of Americans and Iraqi correspondents on the ground, Alive in Baghdad shows the conflict through the voices of Iraqis. Alive in Baghdad brings testimonies from individual Iraqis, footage of daily life in Iraq, and short news segments from Iraq to you.³⁹⁹

Im Gegensatz zu den eben behandelten Videokategorien, wird hier versucht, den Krieg aus Sicht der irakischen Bevölkerung zu porträtieren. Die Videos unterscheiden sich außerdem auf der Inhaltsebene, da auf *Alive In Baghdad* die Intention der Informationsvermittlung durchaus gegeben ist.

Die Internetseite ist mit einem Kontingent von 186 Videobeiträgen wesentlich umfangreicher als es zum Beispiel die Videoplattformen des Pentagons bzw. des US-Militärs sind. Doch nicht nur dieser Aspekt unterscheidet *Alive In Baghdad* von den bisher behandelten Plattformen, auch die Art der Präsentation der Videoinhalte differiert grundlegend sowohl von den Seiten des US-Verteidigungsministeriums, als auch von den Videos der US-Soldaten.

Der Zeitraum des Hochladens der einzelnen Videobeiträge datiert vom 03.11.2005 bis zum 23.09.2009. Hinsichtlich ihres Inhaltes unterscheiden sich die Videos von den bisher behandelten insofern, als dass sie nicht auf Unterhaltung, sondern gezielte Information ausgerichtet sind.

Die auf der Seite zu findenden Videos sind alle nach einem bestimmten Schema aufgebaut. Zuerst werden dem Zuseher mittels Schrifteinblendung kurz die Umstände der

³⁹⁷ vgl. Alive in Baghdad: first-hand accounts, http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/talking_point/6195960.stm, Stand: 01.11.2011

³⁹⁸ ebd.

³⁹⁹ <http://aliveinbaghdad.org/>, Stand: 14.11.2011

porträtierten Situation erklärt, woraufhin die Erzählung durch irakische Augenzeugen oder Betroffene übernommen wird. Die Anwesenheit der Kamera dient in dieser Hinsicht als porträtierendes Element, und nicht wie vorhin, als eventuell die Situation provozierendes Instrument. Die Bilder der Videos werden meist nur als sekundär empfunden, sie stellen nicht wie zuvor das dominierende Element des Videos dar. Aus den Inhalten und dem Format der Videos geht deutlich hervor, dass primär der Informationsgehalt im Vordergrund steht, und der (bild)ästhetische Gehalt des Videos bewusst in den Hintergrund gerückt wird. Dementsprechend kongruiert die Bildqualität auch nicht mit den Standards der aus den Medien bekannten Bilder. Vielmehr dienen die Bilder als Untermauerung des Erzählten. Teilweise dienen die Bilder jedoch als Mittel der Dokumentation von wichtigen Ereignissen, wie es etwa bei dem Video mit dem Titel „Ashura, A Sign Of The Times“⁴⁰⁰ der Fall ist. Hier erhält der Zuseher nicht nur durch die Kommentare der Sprecher, sondern auch durch ein umfangreiches Bildmaterial Einblick in die bedeutende islamische Tradition des Aschura-Festes.

Im Gegensatz zu den Videos auf regierungseigenen Plattformen bzw. zu jenen von den Soldaten angefertigten, versuchen die Beiträge auf *Alive In Baghdad*, auch Einblick in das Alltagsleben der Iraker abseits vom Kriegsschauplatz zu bieten. So erhält der Zuseher Zugang zu Alltagssituationen wie zum Beispiel das zurückkehrende Sozial- und Nachtleben der Iraker nach dem Einmarsch der US-Truppen, aber auch Einblick in die Kultur des irakischen Volkes und die dort zelebrierten Traditionen. Die Bilder verfügen zwar nicht über den gleichen Live-Charakter, wie zum Beispiel die Beiträge der *embedded journalists*, dennoch wirken sie aufgrund ihres hohen Grades an Authentizität wesentlich glaubhafter und realistischer. Basierend auf der Tatsache, dass der Krieg hier aus einer bisher unbekanntem irakischen Sichtweise dargestellt wird, erhält der Zuseher gleichzeitig einen anderen Zugang zu der Porträrierung dieses Krieges. Dadurch, dass der Krieg an sich in den Hintergrund rückt, und die zu sehenden Bilder nicht durch Explosionen, verstümmelte Körper oder heroisierte Soldaten dominiert werden, wirken die Aufnahmen um ein Vielfaches realistischer. Der fehlende Inszenierungscharakter der Bilder und das gleichzeitig informative Format der Videobeiträge kommen einer Darstellung des Krieges nahe, wie man es sich von den Medien eher erwünscht bzw. erwartet hätte. Anstatt der Öffentlichkeit durch übermäßige Bebilderung und gleichzeitiger mangelnder Information über das Kriegsgeschehen das Gefühl der totalen Informiertheit zu vermitteln, vermögen es die Videos auf *Alive in Baghdad*, tatsächliche Information über das besetzte Gebiet in informative, kompakte Videobeiträge zu verpacken. So schildert zum Beispiel ein Videobeitrag mit dem Titel „Family Tells Of Harrowing Kidnap“⁴⁰¹ nachträglich die Erlebnisse einer irakischen Familie, als deren Sohn entführt wurde. Das Video basiert alleine auf den Erzählungen der betroffenen Eltern, ohne

⁴⁰⁰ <http://aliveinbaghdad.org/2009/01/12/ashura-a-sign-of-the-times/>, Stand: 16.11.2011

⁴⁰¹ <http://aliveinbaghdad.org/2008/01/21/family-tells-of-harrowing-kidnap/>, Stand: 16.11.2011

dass dabei die Situation in irgendeiner Form nachgestellt bzw. inszeniert wird, um einen höheren Unterhaltungsgrad des Videos zu erlangen.

Alive in Baghdad kann aufgrund seiner behandelten Inhalte als auch aufgrund der von Zensurmaßnahmen unbeeinflussten Darstellungsweisen und Bilderpolitik als wichtiges Mittel im Kampf gegen die von der US-Regierung und vom US-Militär im Internet bereits weit verbreiteten Kriegspropaganda angesehen werden. Nach eingehender Analyse zahlreicher Videos auf diversen Videoplattformen vermochte *Alive in Baghdad* als einzige, bedeutende Informationen über die Situation im Kriegsgebiet Irak zu verbreiten, ohne dabei auf irreführendes und gleichzeitig übermäßig entertainisierendes Bildmaterial zurückgreifen zu müssen.

Résumé

Der Irakkrieg wurde im Dezember 2011 offiziell für beendet erklärt. Obwohl der Irak durch die USA von seinem tyrannischen Herrscher Saddam Hussein erfolgreich befreit wurde, kann der Krieg speziell für die Amerikaner nicht als erfolgreich bezeichnet werden. Sie haben es bis zum Schluss nicht vermocht, eine stabile Regierung im Irak zu installieren. Vielmehr gerieten sie über die Jahre durch zahlreiche Negativschlagzeilen in die Kritik. Plattformen wie Wikileaks etwa machten es sich zur Aufgabe, die moralisch fragliche Kriegspolitik der USA im Irak aufzudecken – und das mit Erfolg. Die USA war jedoch in einer Hinsicht so erfolgreich wie eh und je, nämlich darin, die Öffentlichkeit durch gezielte mediale Propagandapolitik dermaßen zu täuschen und zu verunsichern, dass der Krieg im Irak erst ca. neun Jahre nach seinem Beginn offiziell zu Ende gebracht werden konnte. Doch das vergebliche Suchen nach den vermeintlichen Massenvernichtungswaffen und die Realisierung der amerikanischen Bevölkerung, dass Saddam Hussein entgegen medialer Behauptungen doch nicht in die Terroranschläge des 11. September involviert war, resultierte nicht nur in der Desillusionierung der amerikanischen Bevölkerung, sondern auch in derer der im Irak stationierten Soldaten. Anstatt also im Laufe der Jahre an medialer Brisanz zu verlieren, geriet der Irakkrieg, wie bereits erwähnt, zunehmend in die Kritik, als zum Beispiel die Internetseite NowThatsFuckedUp.com publik wurde bzw. als Folterbilder aus dem Gefängnis in Abu Ghuraib an die Öffentlichkeit gelangten. Trotz dieser medialen Skandale und Milliarden an investierten Dollars, wurde der Krieg jedoch erst am 15. Dezember 2011 symbolisch beendet.⁴⁰²

Obwohl der Krieg sich aus militärischer Sicht nicht durch spezielle technische Neuerungen auszeichnete, waren bei der Berichterstattung zumindest auf amerikanischer Seite bisher unbekannte bzw. unausgefeilte Nachrichtentechniken auf dem Vormarsch. Nicht nur das System der *embedded journalists*, die objektive Nachrichten direkt von der Front liefern sollten, war in dieser Form bisher vonseiten der USA noch nie in dieser Art und Weise verwendet worden. Die Abhängigkeit von Verpflegung und Schutz der Journalisten vom Militär, als auch die ständige physische Nähe zu den Einheiten, ließen jedoch die intendiert objektive Berichterstattung bereits recht bald einen subjektiven Charakter annehmen. So identifizierten sich die Reporter nicht selten mit den Einheiten, und sprachen in der Folge sogar von „uns“, was nicht unbedingt auf viel Objektivität schließen lässt. Zudem wurden die Journalisten auch dazu angehalten, der Öffentlichkeit gewisse Details der Einsätze zu verschweigen, um den Gegnern nicht unbewusst strategisch potentiell wichtige Informationen zukommen zu lassen. Die Wahrung der nationalen Sicherheit mag auf den

⁴⁰² vgl. „Willkommen Daheim“ – Obama beendet symbolisch den Irak-Krieg. http://www.focus.de/politik/ausland/willkommen-daheim-barack-obama-wuerdigt-ende-des-irak-krieges_aid_694157.html, Stand: 15.12.2011

ersten Blick recht plausibel scheinen, bei genauerer Betrachtung merkt man jedoch, dass aufgrund dieses Vorwandes auch alle anderen für die Öffentlichkeit interessanten Details über den Krieg verloren gingen. So wurde dem Publikum zwar durch den hautnahen Einsatz der *embedded journalists* ein actionreiches Bild von der Front vermittelt, eigentliche Informationen über den Kriegsverlauf blieben jedoch aus.

Die Tendenz hin zur Nullinformationspolitik war von den bisher gefochtenen Kriegen der USA bereits bekannt, doch bislang machte sie auch meist keinen großen Hehl daraus. Wenn die USA wollte, dass die Presse keine oder nur wenig Informationen bekommen sollte, so wurde das auch bewusst kommuniziert, so wie es zum Beispiel im Zweiten Golfkrieg der Fall war. Doch der aktuelle Irakkrieg stellte hierbei eine Ausnahme dar. War die Berichterstattung im Afghanistankrieg noch größtenteils zensiert weil sowieso innerhalb weniger Monate wieder beendet, so setzte die US-Regierung im Irakkrieg auf eine andere Strategie. Ziel war es, die Öffentlichkeit für den Krieg zu gewinnen, denn ohne die Zustimmung der Öffentlichkeit hätte dieser Krieg nie in dieser Art und Weise stattfinden können. Waren die Gründe für den Einsatz in Afghanistan, nicht nur für die amerikanische Bevölkerung, noch plausibel, so wenig nachvollziehbar war im Gegenzug der Einmarsch in den Irak. Nicht umsonst fand im Vorfeld des Irakkrieges ein breit angelegter propagandistischer Feldzug der Bush-Administration statt, in dem immer wieder die Rede vom „Kampf gegen das Böse“ war, jedoch dieser Begriff immer ein abstrakter ohne konkretes Gesicht blieb und stattdessen auf die in der Bevölkerung tief verankerten Angstbilder gesetzt wurde. Es wurde von der Existenz von Massenvernichtungswaffen gesprochen, Vergleiche von Saddam Hussein und Adolf Hitler wurden angestellt und verschleierte Frauen als Symbol der Unterdrückung vorgeführt. Dies alles, sowie die Strategie, mittels der Massenmedien der Bevölkerung die Verbindung zwischen al-Qaida und Saddam Hussein zu verkaufen trugen dazu bei, dass die Bevölkerung letztendlich von der Notwendigkeit eines Krieges gegen den Irak überzeugt war. Wie man beinahe fast neun Jahre nach der amerikanischen Invasion in den Irak sieht, zeigten diese Maßnahmen bis zum Schluss Wirkung.

Die *embedded journalists* sollten, wie bereits des Öfteren erwähnt, während der Besetzung objektive Nachrichten von der Front bieten. Sie bekamen jedoch aufgrund der zunehmenden Technologisierung des Alltages bald Konkurrenz. Soldaten, ausgestattet mit Videohandys und Camcorders, machten sich daran, den Krieg selbst aus ihrer Sicht zu dokumentieren. Diese Form des *citizen journalism* ist eine relativ neuartige, dennoch trägt bzw. trug sie dazu bei, die Grundrechte der Demokratie selbst in Krisenzeiten zu bewahren. Waren die *embedded journalists* in ihrer Berichterstattung auch noch so von den begleiteten Truppen beeinflusst, was sich unweigerlich in ihrer Berichterstattung widerspiegelte, so konnte man sich als wissbegieriger und skeptischer Part der Öffentlichkeit dem Internet zuwenden, auf der Suche nach Nachrichten in Form des *citizen journalism*. Natürlich boten arabische Fernsehsender wie Al-Jazeera sehr wohl die Möglichkeit, ebenso die andere

Perspektive des Krieges kennenzulernen. Dennoch gilt es wohl Kritikern zuzustimmen, wenn viele meinen, und dies nicht nur konservative Amerikaner, dass Al-Jazeera sich vermehrt auf die arabische Seite des Konflikts konzentrierte, trotz ihres Mottos, beide Seiten zu dokumentieren.⁴⁰³

Wie dem auch sei. Der *citizen journalism* in Form von Blogs, eigenen Internetseiten die sich dem Krieg widmeten und der Gebrauch von Videoplattformen wie *YouTube*, um persönliche Videos aus dem Krieg zu veröffentlichen, trugen dazu bei, dass die Importanz der *embedded journalists* immer mehr in den Hintergrund trat. Nicht umsonst bezeichnete auch Baudrillard, wie im letzten Kapitel erwähnt, diese als überflüssig, da ihre Berichterstattung durch die der Soldaten an der Front ersetzt wurde. Selbst wenn die US-Regierung bzw. das US-Militär durch widersprüchliche Zensurierungsversuche von Videoplattformen das Publizieren von brisanten Details von der Front zumindest hinauszögern konnten (denn verhindern konnten sie es, wie die zahlreichen Skandale der letzten Jahre zeigten, bei weitem nicht), erzielten sie durch das Betreiben eigener Videoplattformen einen wesentlich geringeren Erfolg, als es andere Plattformen vermochten. Im Grunde stellten diese Versuche nichts Anderes als die Erweiterung der Propagandamethodiken in den Massenmedien dar, (un)geschickt getarnt durch den Nutzen der Neuen Medien. Wie jedoch das geringe Interesse zum Beispiel an *MNFIRAQ*, der Videoplattform des US-Verteidigungsministeriums, zeigt, stießen diese Versuche auf nur wenig Beachtung.

Einen weit größeren Erfolg verzeichneten allerdings *Warblogs* wie jene *Salam Pax'*, die durch ihre ungefilterte Informationsvermittlung direkt von der Front der Öffentlichkeit ein Bild der ungeschminkten Wahrheit direkt aus dem Krisengebiet liefern konnten. Doch Blogs sind, trotz ihres hohen Grades an Interaktivität der Nutzer, nicht gleichzusetzen mit Videoplattformen. Die Zuseher lechzen, abgestumpft durch die jahrzehntelange Verwöhnung mit und Gewöhnung an die bildreichen Berichterstattungen aus dem Krieg, nach mehr Visualität und Bildervielfalt. Diese Vielfalt konnte ihnen unter anderem auf *YouTube* geboten werden. Dort hatten die Soldaten, zumindest bis ins Jahr 2007, als ihnen der Zugang zu *YouTube* gesperrt wurde, keine Scheu, intimes Material über ihr Leben mit der Öffentlichkeit zu teilen. Dabei bekamen die Nutzer allerdings nicht immer die schöngefärbten Bilder des Krieges, wie es zum Beispiel im Fernsehen der Fall war, zu sehen. So kann man zum Beispiel als Nutzer teilhaben am gezielten Massenmord irakischer Zivilisten durch US-amerikanische Helikopterpiloten.⁴⁰⁴ Dieses Teilhaben an einem, man kann und will es nicht anders ausdrücken, Abschlachten durch die selbsternannten Befreier, beweist umso mehr die fast noch scheußlicheren Behauptungen der US-Medien, beim Irakkrieg handle es sich um einen „Krieg ohne Opfer“. Bis heute ist keine genaue Opferzahl auf irakischer Seite

⁴⁰³ vgl. Ustad Figenschou. *Courting, Criticism, Censorship and Bombs*. S. 88

⁴⁰⁴ vgl. Wikileaks video collateral murder Civilians Killed in Iraq Apache Attack, <http://www.youtube.com/watch?v=0w3tJh6-JWk>, Stand: 30.12.2011

bekannt, es wird allerdings vermutet, dass diese bis weit über die 100.000er Marke reicht.⁴⁰⁵ Videos wie das eben genannte beweisen, dass es sich bei vielen Todesfällen auf irakischer Seite definitiv nicht um „collateral damage“, also „unabsichtliche“ Kriegsoffer während eines Angriffes handelt. Vielmehr stehen diese Videos als Beweis dafür, dass sich nicht nur die Öffentlichkeit nach Bekanntwerden, dass es die gesuchten Massenvernichtungswaffen und auch die angebliche Beziehung zwischen Saddam Hussein und al-Qaida nie gegeben hatte, in ihrem Glauben an den Krieg zutiefst verunsichert fühlte, sondern dass dieses Gefühl auch nach und nach die US-Soldaten an der Front in ihren Taten zu beeinflussen begann. Man spürt die Desillusionierung der Soldaten in ihren Videos, dieses Verlangen nach Abwechslung und Interaktion. Natürlich gilt nicht anzunehmen, dass dieses Verhalten erst durch die Präsenz neuer Technologien ausgelöst wurde, doch zum ersten Mal ließen uns die Soldaten persönlich teilhaben an diesen Erfahrungen.

Die Folterbilder aus dem Irakkrieg und die damit verbundenen Vorwürfe des Verstoßes gegen die Genfer Konventionen waren natürlich kein Novum in der amerikanischen Kriegsgeschichte. Zu den bekanntesten dieser Verbrechen gehört wohl die Auslöschung des Dorfes My Lai während des Vietnam-Krieges, bei dem amerikanische Soldaten skrupellos das gesamte Dorf samt Kindern tötete und anschließend niederbrannte. Der damals die Gruppe begleitende Fotograf Ronald Haeberle dokumentierte zwar die Tat, die Bilder wurden allerdings erst Jahre danach publik und stießen in der Öffentlichkeit auf rege Empörung. Nicht etwa aufgrund des Kriegsverbrechens, sondern aufgrund der Nacktheit der zu sehenden Opfer.

Während der letzten Jahrzehnte vollzog sich jedoch ein stetiger Wandel im Denken der Öffentlichkeit. Durch das Aufkommen des Internets und das damit verbundene Potential, unbeeinflusste und ungefärbte Nachrichten zu verbreiten, wurde das Verlangen nach mehr „Wahrheit“ in der Kriegsberichterstattung laut und die Kritik gegenüber den (Massen-)Medien stetig massiver. Die Öffentlichkeit wandte sich dem Internet zu, um einerseits zu rezipieren, andererseits allerdings auch um zu partizipieren. Es entstand ein interaktiver Prozess, in dem immer mehr Meinungen und Informationen publik, überarbeitet, geprüft und geteilt wurden. Kritische Stimmen behaupten zwar, und das wohl zu Recht, dass das Internet aufgrund seiner schieren Vielfalt an Informationen vielleicht als unzensurierbar gilt, allerdings diese Fülle an Informationen auch nicht unbedingt mehr Wahrheiten beinhalten muss als etwa die Massenmedien. Fest steht jedoch, dass man heute aufgrund zahlreicher engagierter Nutzer, die es sich zur Aufgabe gemacht haben, unter dieser Fülle von Informationen zumindest an Wahrheit grenzende Informationen herauszufiltern, und diese anschließend in ihren Blogs und dergleichen zu publizieren, leichter zwischen Wahr- und Unwahrheit unterscheiden kann.

⁴⁰⁵ vgl. Obama: „Willkommen daheim“<http://www.kleinezeitung.at/nachrichten/politik/2899258/obama-lobt-errungenschaften-irak.story>, Stand: 30.12.2011

Das Internet und die Arbeit der *citizen journalists* tragen unbestreitbar zu einem neuen Demokratieverständnis in Krisenzeiten bei. Werden Rede- und Pressefreiheit während des Krieges meist ambivalent gehandhabt, so musste diese Ambivalenz in den letzten Jahren vermehrt einem erstarkten Bedürfnis nach Realität und Wahrheit weichen. Die Berichterstattungen der *citizen journalists* gewannen in der Öffentlichkeit zunehmend an Einfluss und sie vermochten es, sich durch authentische Berichterstattung nicht nur in der Öffentlichkeit, sondern auch in den Massenmedien Gehör zu verschaffen. Die reingewaschenen Bilder der medialen Berichterstattung gehören somit nicht mehr länger einem neuzeitlichen Verständnis von Kriegsberichterstattung an. Das Verlangen der Öffentlichkeit nach Authentizität verschafft so den Bürgern Auftrieb und veranlasst sie dazu, selbst zu Dokumentaren der Kriegsgeschehnisse zu werden. Sie verlassen sich nicht mehr blind auf die von den Massenmedien zur Verfügung gestellten Informationen, sondern greifen selbst zu den „Waffen“ der Dokumentation und lassen andere Mitbürger am Erlebten teilhaben. Einerseits stammt dieses Bedürfnis wohl daher, sich von der Abhängigkeit von den Medien loszureißen und ungefilterte und unmittelbare Informationen zu liefern. Andererseits rührt dieser Trend von dem in der Öffentlichkeit immer intensiver werdenden Drang nach Partizipation und dem zunehmenden Mitteilungsbedürfnis her. An dieser Stelle lässt sich also die Frage stellen, inwiefern diese Trendwende hin zum *citizen journalism* dazu beiträgt, dass in Zukunft die Propagandamethodiken der Regierungen durch die zunehmende Vernetztheit weniger Wirkung zeigen, und inwiefern dieses zunehmende Bedürfnis nach Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit auch dazu führt, dass Kriege nicht mehr als militärische Auseinandersetzungen gesehen werden, sondern verstärkt zu Medienkriegen mutieren, in denen es primär darum geht, für die schiere Aufmerksamkeit Situationen zu inszenieren und zu provozieren, wodurch letztendlich der Krieg graduell an Glaubwürdigkeit verliert.

Bibliographie

- Allan, Stuart/Zelizer, Barbie. *Reporting war. Journalism in wartime*. London/New York: Routledge 2004
- Andersen, Robin. *A Century of Media, A Century of War*. New York/Wien u.a.: Lang 2006
- Aust, Stefan/Schnibben, Cordt (Hg.). *Irak. Geschichte eines modernen Krieges*. München: Deutsche Verlags-Anstalt 2003
- Banita, Georgian. 9/11, YouTube und die neue Empfindsamkeit. In: Poppe, Sandra et al. (Hg.). *9/11 als kulturelle Zäsur. Repräsentation des 11. September 2001 in kulturellen Diskursen, Literatur und visuellen Medien*. Bielefeld: transcript 2009, S. 279-316
- Baudrillard, Jean. *Der Geist des Terrorismus*. Wien: Passagen 2002
- Bauer, Ingrid et al. (Hg.). *>kunst >kommunikation >macht*. Innsbruck: Studienverlag 2004
- Beham, Mira. *Kriegstrommel. Medien, Krieg und Politik*. München: Deutscher Taschenbuch Verlag 1996
- Beuthner, Michael et al. (Hg.) *Bilder des Terrors – Terror der Bilder?: Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September*. Köln: Halem 2003
- Bleicher, Joan Kristin. Terror made in Hollywood In: Hitzler, Ronald/Reichertz, Jo (Hg.) *Irritierte Ordnung. Die gesellschaftliche Verbreitung von Terror*. Konstanz: UVK 2003, S. 157-171
- Bleicher, Joan Kristin. Lesarten des Wirklichen. Narrative Strukturen der Live-Übertragung vom 11. September 2001 In: Beuthner, Michael et al. (Hg.) *Bilder des Terrors – Terror der Bilder? Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September*. Köln: Halem 2003, S. 60-73
- Breihaupt, Fritz. Rituals of Trauma: How the Media Fabricated September 11 In: Chermak, Steven et al. (Hg.) *Media Representations of September 11*. Westport, Conn. (u.a.): Praeger 2003, S. 67-81
- Bucher, Hans-Jürgen. Internet und Krieg. Informationsrisiken und Aufmerksamkeitsökonomie in der vernetzten Kriegskommunikation. In: Löffelholz, Martin. *Krieg als Medienereignis II. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2004, S. 275-296
- Burgess, Jean et al. *YouTube. Online video and participatory culture*. Cambridge (u.a.): Polity Press 2009
- Buttler, Joachim. Ästhetik des Terror – Die Bilder des 11. Septembers 2001 in: Beuthner, Michael et al. (Hg.) *Bilder des Terrors – Terror der Bilder?: Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September*. Köln: Halem 2003, S. 26-41
- Chermak, Steven et al. (Hg.) *Media Representations of September 11*. Westport, Conn. (u.a.): Praeger 2003

Christensen, Christian. „Hey Man, Nice Shot“: Setting The Iraq War to Music on YouTube, in: Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick. *The YouTube Reader*, Stockholm: National Library of Sweden 2009, S. 204-217

Dominikowski, Thomas. Massenmedien und Massenkrieg. Historische Annäherungen an eine unfriedliche Symbiose In: Löffelholz, Martin. *Krieg als Medienereignis. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2004, S. 59-80

Domsch, Sebastian (Hg.) *Amerikanisches Erzählen nach 2000. Eine Bestandsaufnahme*. München: Richard Boorberg 2008

Dorsch-Jungsberger, Petra. Jessica Lynch: Die inszenierte Kriegsheldin In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hg.) *War Visions. Bildkommunikation und Krieg*. Köln: Halem 2005, S. 333-355

Duden. *Das Fremdwörterbuch*. Mannheim: Bibliographisches Institut & F.A. Brockhaus AG 2000⁷

El-Nawawy, Mohammed/Iskandar, Adel. *Al-Jazeera. The Story of the network that is rattling governments and redefining modern journalism*. Boulder/Colo u.a.: Westview 2003

Franklin, Bruce H. From Realism to Virtual Reality: Images of America's Wars In: Jeffords, Susan/Rabinovitz, Lauren (Hg.) *Seeing through the Media. The Persian Gulf War*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press 1994, S. 25-43

Fricke, Stefan. Erzählstimmen aus dem Terror. Warblogs amerikanischer Soldaten. In: Domsch, Sebastian (Hg.) *Amerikanisches Erzählen nach 2000. Eine Bestandsaufnahme*. München: Richard Boorberg 2008, S. 174-193

Friedman, Norman. *Terrorism, Afghanistan, and America's New Way of War*. Annapolis M.D.: Naval Inst. Pr. 2003

Gauntlett, David/Horsley, Ross. *Web.Studies*. London: Arnold 2004²

Gillmor, Dan. *We the media. Grassroots Journalism by the people, for the people*. Beijing (u.a.): O'Reilly 2004

Glunz, Claudia/Schneider, Thomas F. (Hg.) *Wahrheitsmaschinen. Der Einfluss technischer Innovationen auf die Darstellung und das Bild des Krieges in den Medien und Künsten*. Göttingen: V&R 2010

Grobe-Hagel, Karl. *Irakistan. Der Krieg gegen den Irak und der „Kreuzzug“ der USA*. Köln: ISP 2003

Hallin, Daniel C. *The „Uncensored“ War. The Media and Vietnam*. Berkeley, California (u.a.): University of California Press 1986

Hartmann, Frank. Internet. In: Nöring, Hermann et al. *Bilderschlachten. 2000 Jahre Nachrichten aus dem Krieg. Technik-Medien.Kunst*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2009, S. 400-407

Hess, Stephen/Kalb, Marvin. *The Media and the War on Terrorism*. Washington D.C.: Brookings Institution Press 2003

- Hillgärtner, Jule. Wie Medien sich im Krieg darstellen. Über Fotografie und Live-Video. In: Glunz, Claudia/Schneider, Thomas F. *Wahrheitsmaschinen. Der Einfluss technischer Innovationen auf die Darstellung und das Bild des Krieges in den Medien und Künsten*. Göttingen: V&R Unipress 2010, S. 95-107
- Hitzler, Ronald/Reichert, Jo (Hg.) *Irritierte Ordnung. Die gesellschaftliche Verbreitung von Terror*. Konstanz: UVK 2003
- Ingruber, Daniela. *der blick als waffe. manipulation von und durch kriegsphotographie*. Wien: Univ. Diss. 2007
- Iskandar, Adel/El-Nawawy, Mohammed. Al-Jazeera and war coverage in Iraq: the media's quest for contextual objectivity. In: Allan, Stuart/Zelizer, Barbie. *Reporting War. Journalism in wartime*. London/New York: Routledge 2004, S. 315-333
- Jeffords, Susan/Rabinovitz, Lauren (Hg.) *Seeing through the Media. The Persian Gulf War*. New Brunswick, NJ: Rutgers University Press 1994
- Keeble, Richard. Information warfare in an age of hyper-militarism. In: Allan, Stuart/Zelizer, Barbie. *Reporting War. Journalism in wartime*. London/New York: Routledge 2004, S. 43-59
- Klein, Lars. My Lai. Die neuen Opferbilder des Krieges. In: Paul, Gerhard (Hg.) *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2008, S. 370-377
- Knieper, Thomas/ Müller, Marion G. (Hg.) *War Visions. Bildkommunikation und Krieg*. Köln: Herbert von Halem 2005
- Knightley, Phillip. *The First Casualty. The War Correspondent as Hero, Propagandist, and Myth Maker from the Crimea to Vietnam*. London: Deutsch 1975
- Krell, Gert/Kubbig, Bernd W. (Hg.) *Krieg und Frieden am Golf. Ursachen und Perspektiven*. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch Verlag 1991
- Kreml, Stefan. *Krieg und Internet. Ausweg aus der Propaganda?* Hannover: Heise 2004
- Kunzick, Michael. Embedded Journalism. In: Nöring, Hermann u.a. (Hg.) *Bilderschichten. 2000 Jahre Nachrichten aus dem Krieg. Technik – Medien – Kunst*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2009
- Liechtenstein, Alfred von (Hg.) *Internet und Öffentlichkeit*. Wien: WUV-Univ.-Verl. 2002
- Löffelholz, Martin. *Krieg als Medienereignis. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2004
- Lohoff, Markus. Das neue Gesicht des Krieges. Cockpit- und Raketenbilder im Zweiten Persischen Golfkrieg. In: Paul, Gerhard (Hg.) *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2008, S. 598-605
- Machill, Marcel/Zenker, Martin. *YouTube, Clipfish und das Ende des Fernsehens? Problemfelder und Nutzung von Videoportalen*. Berlin: Friedrich-Ebert-Stiftung, Stabsabt. 2007
- Mailer, Norman. *Heiliger Krieg: Amerikas Kreuzzug*. Reinbek b. Hamburg: Rowohlt 2003

Müller, Daniel et al. *Leitmedien. Konzepte-Relevanz-Geschichte, Band I*. Bielefeld: transcript 2009

Müller, Marion G. ‚Burning Bodies‘. Visueller Horror als strategisches Element kriegerischen Terrors – eine ikonologische Betrachtung ohne Bilder In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hg.) *War Visions. Bildkommunikation und Krieg*. Köln: Halem 2005, S. 405-423

Nöring, Hermann (u.a.) *Bilderschlachten. 2000 Jahre Nachrichten aus dem Krieg. Technik-Medien-Kunst*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2009

Olschewski, Malte. *Krieg als Show. Die neue Weltinformationsordnung*. Wien: Verlag der Zeitschrift für Internat 1993²

Oxford Advanced Learner's Dictionary. Oxford (u.a.): Oxford University Press 2010

Palm, Goedart/Rötzer, Florian (Hg.) *MedienTerrorKrieg. Zum Kriegsparadigma des 21. Jahrhunderts*. Hannover: Heise 2002

Paul, Gerhard. *Der Bilderkrieg. Inszenierungen, Bilder und Perspektiven der „Operation Irakische Freiheit“*. Göttingen: Wallstein 2005

Paul, Gerhard. „Living-room war“. Vom exklusiven Seherlebnis zum ersten Fernsehkrieg der Geschichte In: Nöring, Hermann (u.a.) *Bilderschlachten. 2000 Jahre Nachrichten aus dem Krieg. Technik-Medien-Kunst*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2009, S. 342-349

Paul, Gerhard (Hg.) *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2008

Paul, Gerhard. Der Vietnamkrieg als Sonderfall und Wendepunkt in der Geschichte der Visualisierung des modernen Krieges? In: Knieper, Thomas/ Müller, Marion G. (Hg.) *War Visions. Bildkommunikation und Krieg*. Köln: Herbert von Halem 2005, S. 80-104

Paul, Gerhard. *Bilder des Krieges - Krieg der Bilder. Die Visualisierung des modernen Krieges*. Paderborn (u.a.): Fink 2004

Poppe, Sandra et al. (Hg.). *9/11 als kulturelle Zäsur. Repräsentation des 11. September 2001 in kulturellen Diskursen, Literatur und visuellen Medien*. Bielefeld: transcript 2009

Reese, Stephen D. Militarized journalism: framing dissent in the Gulf Wars. In: Allan, Stuart/Zelizer, Barbie. *Reporting War. Journalism in wartime*. London/New York: Routledge 2004, S. 247-266

Reichle, Ingeborg/Siegel, Steffen. Gibt es ein Maß für das Maßlose? Anmerkungen zu einer transgressiven Bildästhetik, in: Reichle, Ingeborg/Siegel, Steffen (Hg.) *Maßlose Bilder. Visuelle Ästhetik der Transgression*. München: Wilhelm Fink 2009, S. 9-14

Reichle, Ingeborg/Siegel, Steffen (Hg.) *Maßlose Bilder. Visuelle Ästhetik der Transgression*. München: Wilhelm Fink 2009

Reynolds, Amy/Barnett, Brooke. „America under Attack“: CNN's Verbal and Visual Framing of September 11 In: Chermak, Steven et al. (Hg.) *Media Representations of September 11*. Westport, Conn. (u.a.): Praeger 2003, S. 85-102

Roering, Johanna/Ulrich, Anne. „And Now Here Is What Really Happened.“ CNN und Warblogs als konkurrierende Deutungsinstanzen im Irakkrieg 2003. in: Müller, Daniel et al. *Leitmedien. Konzepte-Relevanz-Geschichte, Band I*. Bielefeld: transcript 2009, S. 285-310

Roering, Johanna. Technolibertäre Newsblogs und der Warrior-Citizen Journalist. In: Glunz, Claudia/Schneider, Thomas F. (Hg.) *Wahrheitsmaschinen. Der Einfluss technischer Innovationen auf die Darstellung und das Bild des Krieges in den Medien und Künsten*. Göttingen: V&R 2010, S. 125-142

Rötzer, Florian. Wahrheit und Lüge. Die freien Medien und der Generalverdacht gegenüber der Information In: Palm, Goedart/Rötzer, Florian (Hg.) *MedienTerrorKrieg. Zum Kriegsparadigma des 21. Jahrhunderts*. Hannover: Heise 2002, S. 140-155

Rutherford, Paul. *Weapons of Mass Persuasion. Marketing the War against Iraq*. Toronto (u.a.): Univ. of Toronto Press 2004

Schäfer, Peter. Wachstum im Krieg. al-Dschasira: Propaganda-Maschine oder Pionier arabischer Medienfreiheit In: Palm, Goedart/Rötzer, Florian (Hg.) *MedienTerrorKrieg. Zum neuen Kriegsparadigma des 21. Jahrhunderts*. Hannover: Heise 2002, S. 190-200

Schläger, Rüdiger. Der Golf-Krieg und die Zensur. In: Krell, Gert/Kubbig, Bernd W. (Hg.) *Krieg und Frieden am Golf. Ursachen und Perspektiven*. Frankfurt a.M.: Fischer Taschenbuch Verlag 1991, S. 201-208

Schwingeler, Stephan/Weber, Dorothée. Der Schuss von Saigon. Gefangenentötung für die Kamera. In: Paul, Gerhard (Hg.) *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2008, S. 354-361

Schwinghammer, Alexander. Interagierende Bildmaschinen zwischen Kontinuität und Veränderung. Überlegungen zur medialen Einbettung der Kriegsberichterstattung. In: Glunz, Claudia/Schneider, Thomas F. *Wahrheitsmaschinen. Der Einfluss technischer Innovationen auf die Darstellung und das Bild des Krieges in den Medien und Künsten*. Göttingen: V&R Unipress 2010, S. 69-79

Seeßlen, Georg/Metz, Markus. *Krieg der Bilder – Bilder des Krieges. Abhandlung über die Katastrophe und die mediale Wirklichkeit*. Berlin: Klaus Bittermann 2002

Shearer, Jennifer. E-Democracy-the Novel Democracy of the Internet. In: Liechtenstein, Alfred von (Hg.) *Internet und Öffentlichkeit*. Wien: WUV-Univ.-Verl. 2002, S. 173-186

Smith, Rich. *The First Amendment: The Right of Expression*. Edina: ABDO 2008

Snickars, Pelle/Vonderau, Patrick. *The YouTube Reader*. Stockholm: National Library of Sweden 2009

Spindler, Beate. Krieg im Spiegel der Fotografie. Zur Fotoberichterstattung über die Golfkriege von 1991 und 2003 In: Knieper, Thomas/Müller, Marion G. (Hg.) *War Visions. Bildkommunikation und Krieg*. Köln: Herbert von Halem 2005, S. 182-199

Sweeney, Michael S. *The Military and the Press. An Uneasy Truce*. Evanston, Ill.: Northwestern University Press 2006

Taylor, Philip M. The World Wide Web Goes to War: From Kosovo to the ‚War‘ against Terrorism. In: Gauntlett, David/Horsley, Ross. *Web.Studies*. London: Arnold 2004², S. 230-242

Telesko, Werner. 11. September 2001: „Bilder des Terrors – Ikonographie des Unterganges“ in: Bauer, Ingrid et al. (Hg.) *>kunst >kommunikation >macht*. Innsbruck: Studienverlag 2004, S. 197-200

Tilgner, Ulrich. *Der inszenierte Krieg. Täuschung und Wahrheit beim Sturz Saddam Husseins*. Berlin: Rowohlt 2004⁵

Viehoff, Reinhold/Fahlenbrach, Kathrin. Ikonen der Medienkultur. Über die (verschwindende) Differenz von Authentizität und Inszenierung der Bilder in der Geschichte in: Beuthner, Michael u.a. (Hg.) *Bilder des Terrors – Terror der Bilder?: Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September*. Köln: Halem 2003

Virchow, Fabian/Thomas, Tanja. „Cyberspace Battleground“. Kriegsvideos auf YouTube. In: Glunz, Claudia/Schneider, Thomas F. (Hg.) *Wahrheitsmaschinen. Der Einfluss technischer Innovationen auf die Darstellung und das Bild des Krieges in den Medien und Künsten*. Göttingen: V&R 2010, S. 107-124

Virilio, Paul. *Krieg und Fernsehen*. München (u.a.): Carl Hanser 1993

Weichert, Stephan A. Aufmerksamkeitsterror 2001. 9/11 und seine Inszenierung als Medienereignis. In: Paul, Gerhard (Hg.) *Das Jahrhundert der Bilder. 1949 bis heute*. Göttingen: Vandenhoeck & Ruprecht 2008

Weller, Christoph. Das Fernsehen und die politische Deutung der Ereignisse am 11. September Oder: Die Kriegserklärung des Gerhard Schröder In: Löffelholz, Martin. *Krieg als Medienereignis. Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. Wiesbaden: Verlag für Sozialwissenschaften 2004, S. 257-273

Zelger, Christian. *Zensur im Internet. Eine Argumentationsanalyse auf Grundlage des Naturrechtes und der Menschenrechte*. Berlin: Verlag für Wissenschaft und Forschung 1999

Zelizer, Barbie. When War is Reduced to A Photograph In: Allan, Stuart/Zelizer, Barbie. *Reporting war. Journalism in wartime*. London/New York: Routledge 2004, S. 115-132

Internetartikel

Alive in Baghdad: first-hand accounts, http://news.bbc.co.uk/go/pr/fr/-/2/hi/talking_point/6195960.stm, Stand: 01.11.2011

Alive In Baghdad, <http://aliveinbaghdad.org/>, Stand: 14.11.2011

Andén-Papadopoulos, Kari. US Soldiers Imaging the Iraq War on YouTube. In: *Popular Communication*, 2009, 7:1, S. 17-27, <http://dx.doi.org/10.1080/15405700802584304>, Stand: 16.09.2011

Andén-Papadopoulos, Kari. Body horror on the internet: US soldiers recording the war in Iraq and Afghanistan. In: *Media Culture Society* 2009 31:921, <http://mcs.sagepub.com/content/31/6/921>, Stand: 16.09.2011, S. 921-938

Baudrillard, Jean. War Porn. übers. von Dr. Paul A. Taylor, http://www.ubishops.ca/audrillardstudies/vol2_1/taylor.htm, Stand: 14.10.2011

Bowman, Shayne/Willis, Chris. We the Media. How Audiences Are Shaping The Future Of News And Information. http://www.hypergene.net/wemedia/download/we_media.pdf, Stand: 29.12.2011

Bussemer, Thymian. Medien als Kriegswaffe. Eine Analyse der amerikanischen Militärpropanda im Irak-Krieg,

http://www.bpb.de/publikationen/L2XLQH,3,0,Medien_als_Kriegswaffe.html, Stand: 06.10.2011

Christensen, Christian: Uploading dissonance: YouTube and the US occupation of Iraq in: Media, War & Conflict 2008 1:155, <http://mwc.sagepub.com/content/1/2/155>, Stand: 16.09.2011

Cockrell, Cathy. Berkeley student recalls, in chilling detail, life on an Iraq war ER unit. http://berkeley.edu/news/media/releases/2008/09/22_teachin.shtml, Stand: 26.11.2011

Diestelberg, Michael. Pentagon zeigt Irak-Krieg via YouTube-Channel. <http://winfuture.de/news,31536.html>, Stand: 22.09.2011

Diestelberg. TroopTube. Pentagon bringt Videoportal für Soldaten. <http://winfuture.de/news,43544.html>, Stand: 22.09. 2011

Dimitrova et al. War on the Web. The Immediate News Framing of Gulf War II. danielad.jlmc.iastate.edu/docs/waronweb.pdf, Stand: 22.09.2011

Drezner, Daniel W./Farrell, Henry. The Power and Politics of Blogs. <http://www.danieldrezner.com/research/blogpaperfinal.pdf>, Stand: 22.09.2011

Gugel, Bertram/Müller, Harald. TV 2.0. http://www.gugelproductions.de/blog/wp-content/uploads/2007/07/tv20_gugel_mueller.pdf, Stand: 22.09.2011

Harkin, James. War Porn. <http://www.guardian.co.uk/commentisfree/2006/aug/12/comment.media2>, Stand. 14.10.2011

International Association of Chiefs of Police. YouTube Fact Sheet. <http://www.iacpsocialmedia.org/Portals/1/documents/Fact%20Sheets/YouTube%20Fact%20Sheet.pdf>, Stand: 22.09.2011

Katrien, Jacobs. Make Porn, Not War. How to Wear the Network's Underpants. <http://libidot.org/articles/9Jacobs180-194.pdf>, Stand: 14.10.2011

Lasica, J.D. Weblogs: A New Source of News. www.ojr.org/ojr/lasica/1019165278.php, Stand: 22.09.2011

Madden, Mary. Online Video. pewinternet.org/Reports/2007/Online-Video.aspx, Stand: 22.09.2011

McCarthy, Rory. Salam's story. <http://www.guardian.co.uk/world/2003/may/30/iraq.digitalmedia>, Stand: 22.09.2011

Militants Behead American Hostage in Iraq, <http://www.foxnews.com/story/0,2933,119615,00.html>, Stand: 12.11.2011

Military One Source. <http://www.militaryonesource.com/MOS/About/FAQs/tabid/198/uc/main/action/cat/parentID/13/Default.aspx>, Stand: 25.10.2011

MNFIRAQ. <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ>, Stand: 15.10.2011

Naim, Moises. The 'YouTube effect'. www.foreignpolicy.com/articles/2006/12/27/the_youtube_effect, Stand: 22.09.2011

Oy, Gottfried. Wir müssen reden. Kommunikation und Macht – ein garnicht so ungleiches Paar. www.soz.uni-frankfurt.de/K.G/B4_2000_Oy.pdf, Stand: 22.09.2011

Pasquinelli, Matteo. Warporn Warpunk! Autonomous Videopoiesis in Wartime, <http://www.generation-online.org/t/warporn.htm>, 03.11.2011

Patalong, Frank. Chronist des Chaos. Salam Pax macht es in den Medien. www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,251243,00.html, Stand: 22.09.2011

Patalong, Frank. Warblogging. Ganz andere Kriegsnachrichten. www.spiegel.de/netzwelt/web/0,1518,241981-2,00.html, Stand: 22.09.2011

Pisani, Francis. Salam Pax, Warblogs und andere Online-Tagebücher, <http://www.monde-diplomatique.de/pm/2003/08/15.mondeText.artikel,a0050.idx,13>, Stand: 22.09.2011

Porn of War. <http://sites.google.com/site/pornofwar/>, Stand: 03.11.2011

Rainie, Lee et al. The Internet and the Iraq War. How online Americans have used the internet to learn war news, understand events, and promote their views. www.pewinternet.org/PPF/r/87/report_display.asp, Stand: 22.09.2011

Rebuilding in the Gulf. Boy Scouts making comeback in Iraq, <http://www.wnd.com/?pagelid=24893>, Stand: 12.11.2011

Robbins, Elizabeth L. Muddy Boots IO: The Rise of Soldier Blogs. www.au.af.mil/au/awc/awcgate/milreview/robbins.pdf, Stand: 22.09.2011

Rötzer, Florian. Der YouTube-Channel des Pentagon. <http://www.heise.de/tp/artikel/25/25198/1.html>, Stand: 22.09.2011

Snow, Nancy/Taylor, Philip M., The Revival of the Propaganda State. US Propaganda at Home and Abroad since 9/11, <http://ics.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/2751/389.pdf>, Stand: 26.10.2011

Sven, Stillich. Salam Pax. Wir müssen Hoffnung haben. <http://www.stern.de/digital/online/salam-pax-wir-muessen-hoffnung-haben-514341.html>, Stand: 22.09.2011

Van Ham, Peter. War, Lies and Videotape: Public Diplomacy and the USA's War on Terrorism, <http://ics.leeds.ac.uk/papers/pmt/exhibits/1752/warlies&video.pdf>, Stand: 26.10.2011

Videoportale in Deutschland. Im Spannungsfeld zwischen Fernsehen und Internet. http://www.swissmediatool.ch/_files/researchDB/193.pdf, Stand: 08. 12. 2011

Wall, Melissa. ‚Blogs of war‘: Weblogs as news. Journalism 2005 6:153, <http://jou.sagepub.com/content/6/2/153>, Stand: 16.09.2011

Weinberger, Sharon, No More YouTube, MySpace for U.S. Troops, http://www.wired.com/dangerroom/2007/05/no_youtube_mysp/, Stand: 13.11.2011

„Willkommen Daheim“ – Obama beendet symbolisch den Irak-Krieg. http://www.focus.de/politik/ausland/willkommen-daheim-barack-obama-wuerdigt-ende-des-irak-krieges_aid_694157.html, Stand: 15.12.2011

YouTube für US-Soldaten. Trooptube, <http://meedia.de/web-special/neue-sites/detailansicht/artikel/trooptube.html>, Stand: 13.11.2011

Zornick, George. The Porn of War. 22.09.2005,
<http://www.commondreams.org/views05/0923-26.htm>, Stand: 15.08.2011

<http://www.urbandictionary.com/define.php?term=body%20bag%20syndrome>, Stand: 15.08.2011

Zeitschriftenartikel

Vidal-Hall, Judith. Censoring reality In: Index of Censorship, Vol. 30, Iss. 4, 2001, Special Issue: The Silence of Madness, S. 6

Videobeiträge

Apache Kills in Iraq, <http://www.youtube.com/watch?v=LoFq9jYB2wo>, Stand: 29.10.2011

Ashura, A Sign Of The Times, <http://aliveinbaghdad.org/2009/01/12/ashura-a-sign-of-the-times/>, Stand: 16.11.2011

Baghdad Building Distruction, <http://www.youtube.com/MNFIRAQ#p/u/38/-smFCymAccM>, Stand: 21.10.2011

Battle on Haifa Street, Baghdad, Iraq,
<http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/u/0/nINORX006-c>, Stand: 15.10.2011

Dance Party in Iraq, http://www.youtube.com/watch?v=UW1toLy_FM&feature=related, Stand: 30.10.2011

Iraqi Navy Patrolling Waterways,
<http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/u/39/Nvm04eAQLYk>, Stand: 16.10.2011

Explosive war footage of the real war in iraq! The true soldier's story ~ War in Iraq,
<http://www.youtube.com/watch?v=xKFtNEM23d8&feature=related>, Stand: 28.10.2011

Family Tells Of Harrowing Kidnap, <http://aliveinbaghdad.org/2008/01/21/family-tells-of-harrowing-kidnap/>, Stand: 16.11.2011

Iraqi Boy Scouts prepare for Jamboree, http://www.youtube.com/watch?v=dH80g_Mkin0, Stand: 21.10.2011

Iraqi Kids Run For Water, <http://www.youtube.com/watch?v=QeH1TKmYd4c>, Stand: 30.10.2011

((SHAKE IT)) Army soldiers 3rd platoon – Iraq, http://www.youtube.com/watch?v=Of_rSbW-5rw, Stand: 30.10.2011

Soldiers bored in iraq, <http://www.youtube.com/watch?v=m116voRYjR4>, Stand: 30.10.2011

The War in Iraq, <http://www.youtube.com/watch?v=0aeCNEP6jpw&feature=related>, Stand: 27.10.2011

Troops Give Gifts to Iraqi Children,

<http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/search/1/nQZITsqp3-I>, Stand: 18.10.2011

Wikileaks video collateral murder Civilians Killed in Iraq Apache Attack,

<http://www.youtube.com/watch?v=0w3tJh6-JWk>, Stand: 30.12.2011

Abbildungsverzeichnis

- Abb. 1: <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/u/0/nINORX006-c>, 00:00:17, Stand: 15.10.2011
- Abb. 2: <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/u/0/nINORX006-c>, 00:02:41, Stand: 16.10.2011
- Abb. 3: <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/u/39/Nvm04eAQLYk>, 00:00:20, Stand: 16.10.2011
- Abb. 4: <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/u/39/Nvm04eAQLYk>, 00:01:49, Stand: 16.10.2011
- Abb. 5: <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/u/39/Nvm04eAQLYk>, 00:02:19, Stand: 16.10.2011
- Abb. 6: <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/search/1/nQZITsq3-I>, 00:00:32, Stand: 18.10.2011
- Abb. 7: <http://www.youtube.com/user/MNFIRAQ#p/search/1/nQZITsq3-I>, 00:00:42, Stand: 18.10.2011
- Abb. 8: http://www.youtube.com/watch?v=dH80g_Mkin0, 00:00:13, Stand: 21.10.2011
- Abb. 9: http://www.youtube.com/watch?v=dH80g_Mkin0, 00:01:38, Stand: 21.10.2011
- Abb. 10: <http://www.youtube.com/MNFIRAQ#p/u/38/-smFCymAccM>, 00:00:30, Stand: 21.10.2011
- Abb. 11: <http://www.youtube.com/MNFIRAQ#p/u/38/-smFCymAccM>, 00:00:50, Stand: 21.10.2011
- Abb. 12: <http://www.youtube.com/watch?v=0aeCNEP6jpw&feature=related>, 00:00:01, Stand: 27.10.2011
- Abb. 13: <http://www.youtube.com/watch?v=0aeCNEP6jpw&feature=related>, 00:01:45, Stand: 28.10.2011
- Abb. 14: <http://www.youtube.com/watch?v=0aeCNEP6jpw&feature=related>, 00:02:13, Stand: 28.10.2011
- Abb. 15: <http://www.youtube.com/watch?v=0aeCNEP6jpw&feature=related>, 00:04:39, Stand: 28.10.2011
- Abb. 16: <http://www.youtube.com/watch?v=xKFtNEM23d8&feature=related>, 00:00:39, Stand: 28.10.2011
- Abb. 17: <http://www.youtube.com/watch?v=xKFtNEM23d8&feature=related>, 00:01:23, Stand: 28.10.2011
- Abb. 18: <http://www.youtube.com/watch?v=xKFtNEM23d8&feature=related>, 00:02:13, Stand: 28.10.2011

- Abb. 19: <http://www.youtube.com/watch?v=xKFtNEM23d8&feature=related>, 00:02:52,
Stand: 28.10.2011
- Abb. 20: <http://www.youtube.com/watch?v=LoFq9jYB2wo>, 00:00:31, Stand: 29.10.2011
- Abb. 21: <http://www.youtube.com/watch?v=LoFq9jYB2wo>, 00:02:28, Stand: 29.10.2011
- Abb. 22: <http://www.youtube.com/watch?v=QeH1TKmYd4c>, 00:00:30, Stand: 30.10.2011
- Abb. 23: <http://www.youtube.com/watch?v=m116voRYjR4>, 00:00:09, Stand: 30.10.2011
- Abb. 24: http://www.youtube.com/watch?v=UW1toLy_FMQ&feature=related, 00:00:49,
Stand: 30.10.2011
- Abb. 25: http://www.youtube.com/watch?v=UW1toLy_FMQ&feature=related, 00:01:59,
Stand: 30.10.2011
- Abb. 26: http://www.youtube.com/watch?v=Of_rSbW-5rw, 00:00:32, Stand: 30.10.2011

Abstract

Ziel der vorliegenden Arbeit ist die Frage aufzuwerfen bzw. zu diskutieren, inwiefern mithilfe der neuen Medien wie Videoplattformen und dergleichen der Einflusskraft der massenmedialen Inszenierung des Ereignisses Krieg auf die öffentliche Meinung entgegengewirkt werden kann. Die hier vorgenommene Analyse bezieht sich auf die visuelle Porträtierung des aktuellen Irakkrieges, wobei der Schwerpunkt auf der US-amerikanischen Sichtweise der Geschehnisse liegt. Weiters hat diese Arbeit die Intention der Frage nachzugehen, inwiefern das Internet als einzig unzensurbares Medium anzusehen ist sowie zu untersuchen, wie mithilfe der Arbeit der so genannten *citizen journalists* und des Mediums Internet trotz der propagandistischen Medienpolitik der US-Regierung in Krisenzeiten eine demokratische Berichterstattung ermöglicht werden kann.

Zu Beginn der Arbeit soll ein kurzer Überblick über die US-amerikanische Bilderpolitik in der Kriegsberichterstattung geschaffen werden, um die bereits früh in der amerikanischen Bildgeschichte erkennbare manipulierende Natur der Bilder aufzuzeigen, und so die anschließende Einbettung in den aktuellen gesellschaftlichen und bildpolitischen Kontext vom Leser besser nachvollzogen werden kann. Anschließend erfolgt die Untersuchung der US-amerikanischen Bild- und Medienpolitik während und nach den Terroranschlägen des 11. September. Außerdem wird kurz analysiert, inwiefern sich die US-Regierung die Bilder der Anschläge als meinungsbeeinflussende Instrumente in der anschließenden Mobilisierungspolitik zunutze machten und diese im Zuge dessen dermaßen dekontextualisiert wurden, dass die Anschläge als tatsächliches Ereignis zu einem gesichtslosen Terrorakt degradiert wurden und nur mehr die aus dem Kontext gerissenen und instrumentalisierten Bilder zurückblieben. Der Abschluss dieses Hauptkapitels dient dazu, die Systematik der massenmedialen Bilderpolitik der US-Regierung im aktuellen Irakkrieg zu untersuchen und dabei die verschiedenen manipulierenden Methodiken herauszuarbeiten. Im anschließenden Hauptkapitel erfolgt die Untersuchung auf den Einfluss des Internets auf die neuzeitliche Kriegsberichterstattung hin, und inwiefern sich diese von der massenmedialen Berichterstattung unterscheidet. Dabei bilden neue Medientechnologien wie Videoplattformen und *Web-* bzw. *Warblogs* den Schwerpunkt der Untersuchungen. Das abschließende Kapitel stellt den empirischen Teil der vorliegenden Arbeit dar. Darin soll anhand ausgewählter Videobeispiele die mediale Inszenierung des Irakkrieges in Videoplattformen untersucht werden, wobei hier vor allem *YouTube* eine tragende Rolle zuteil wird. Untergliedert wird das letzte Kapitel in zwei Teile: einerseits wird untersucht, wie der Irakkrieg vonseiten des US-Militärs mittels eigener Videoplattformen porträtiert wird. Andererseits wird analysiert, welches differenzierte Bild die Videos aus der

Sichtweise amerikanischer Soldaten auf den Krieg werfen. Dies soll primär dazu dienen darzulegen, inwiefern immer technologisierter werdende Kriegsschauplätze dazu beitragen, der Öffentlichkeit ein authentischeres Bild vom Krieg zu vermitteln, da diese in Folge der zunehmenden Popularität des Internets neben den Massenmedien auch auf das Internet zurückgreifen (können), um ein von den Medien größtenteils unbeeinflusstes Bild vom Krieg zu erhalten.

Lebenslauf

Persönliche Daten:

Name: Romana Schatzl
Geburtsdatum, -ort: 28.02.1986, Schärding am Inn
Staatsbürgerschaft: Österreich
Anschrift: Esterhazygasse 15/14, 1060 Wien
E-Mail: romana_schatzl@gmx.net

Schulische Ausbildung:

1992-1996 Volksschule Obernberg am Inn
1996-2000 Hauptschule Obernberg am Inn
2000-2005 Höhere Bundeslehranstalt für wirtschaftliche Berufe
(HBLA) Ried im Innkreis

Universitäre Ausbildung:

Oktober 2006-Dezember 2009 Bakkalaureatsstudium der Fennistik, Universität Wien
(abgeschlossen)

Oktober 2007-Oktober 2011 Bachelorstudium der Translationswissenschaft
(Sprachkombination Englisch/Französisch), Universität
Wien (abgeschlossen)

Oktober 2006- Diplomstudium der Theater-, Film- und
Medienwissenschaft, Universität Wien

August 2008-Dezember 2008 Studium der Fennistik an der Yväs kylän Yliopisto
(Finnland) im Rahmen eines Erasmus- Auslandssemesters

Fremdsprachenkenntnisse:

Englisch, Französisch, Italienisch, Finnisch