

**Sammelrezension: Die Relativität der Wahrheit****ANDREAS ELTER:****Die Kriegsverkäufer. Geschichte der US-Propaganda 1917–2005**

Frankfurt a. M. 2005

Edition Suhrkamp, 370 S.

**MAGNUS-SEBASTIAN KUTZ:****Public Relations oder Propaganda? Die Öffentlichkeitsarbeit der US-Administration zum Krieg gegen den Irak 2003**

Münster 2006

LIT-Verlag, 158 S.

**JUSTIN LEWIS / ROD BROOKES / NICK MOSDELL / TERRY THREADGOLD:  
Shoot First and Ask Questions Later: Media Coverage of the 2003 Iraq War**

New York 2006

Peter Lang Publishing, 212 S.

**D**ie Presse ist im wahrsten Sinne das demokratische Werkzeug der Freiheit, hatte einst Alexis de Tocqueville 1840 in seinem berühmten Reisebericht über Amerika festgehalten.<sup>1</sup> Aufklärerische Medien bilden in diesem Sinne bis heute, so könnte man meinen, das Grundelement demokratischer Ordnungen. Inwiefern diese Erkenntnis jedoch als zutreffend zu gelten hat, wenn Demokratien Krieg führen, und wie sich die Exekutive in einer Demokratie auf die Funktionen der Medien einstellt, sind insbesondere in heutigen Mediengesellschaften zwei gänzlich unterschiedliche und in der Forschung immer wieder gerne gestellte Fragen. Im Gegensatz zu autoritären Regimen können Demokratien einen Krieg gegen die Öffentlichkeit auf Dauer nicht durchhalten. Deshalb kann die öffentliche Mei-

1. Tocqueville, Alexis de (1976): *Über die Demokratie in Amerika*. München: DTV, 82f.

nung in der Heimat – das hatte die US-Administration bereits während des Vietnam-Krieges zu spüren bekommen – als Legitimitätsgrundlage für den Militäreinsatz zur fragilen Instanz werden. Um die Bevölkerung (und vor allem die Wähler) auf einen kriegszustimmenden Kurs zu bringen, erscheint es zwingend, die (mediale) Öffentlichkeit so zu beeinflussen, dass die Sinnhaftigkeit des Kriegseinsatzes außer Frage steht: kurz, propagandistisch zu wirken. Innerhalb dieses Spannungsfeldes bewegen sich die Medien, wenn sie über Kriege berichten. Ein Umstand, der insbesondere seit dem Zweiten Golfkrieg 1991 verstärkt unter die Lupe genommen wird.

Wenn Krieg mit dem Einsatz für Freiheit und Demokratie begründet wird, müsse sich eine Demokratie wie die USA die Frage gefallen lassen, wie sie es selbst halte mit Zensur und Propaganda, fragt Andreas Elter zu Beginn seiner umfassenden Studie über die US-amerikanische Kriegspropaganda. Die Ergebnisse seiner Arbeit sprechen für sich. Das Militär habe sich die Kontrolle sämtlichen Bildmaterials gesichert, infolgedessen die Informationspolitik eine »zweite Front« (261) bildete, lautet folgerichtig die Quintessenz über Zensur und Propaganda während des Zweiten Golfkrieges. Elter beschreibt und analysiert dicht und detailreich Methoden und Auswirkungen US-amerikanischer Propagandamaßnahmen vor, während und nach Kriegseinsätzen im kriegerischen 20. Jahrhundert. Elters Hauptergebnis der US-amerikanischen Kommunikationsstrategien liegt in einer Entwicklungsgeschichte militärischer Propaganda. So habe die Propaganda eines vorangegangenen Krieges stets die des darauffolgenden beeinflusst. Ein Pluspunkt der Arbeit liegt sicherlich in dem sehr flüssigen und gut lesbaren Schreibstil. Andererseits fehlt es deshalb fast zwangsläufig an manchen Stellen an wissenschaftlicher Tiefe – etwa wenn in einem Exkurs über den CNN-Faktor die breite (anglo-amerikanische) Theoriedebatte über den potentiellen Einfluss von internationalen Nachrichtensendern auf außenpolitische Entscheidungen weitestgehend unberücksichtigt bleibt.

Während Andreas Elter historisch argumentiert, arbeitet Magnus-Sebastian Kutz im Querschnitt. Zentrale Fragestellung seiner Fall-Untersuchung ist die Frage, was an der Öffentlichkeitsarbeit der US-Administration vor und während des Irak-Krieges als Public Relations (PR) und was als Propaganda zu bezeichnen ist. Nun ist die Frage, wie Propaganda von anderen Formen der Öffentlichkeitsarbeit abzugrenzen ist, so alt wie die Propaganda selbst. Kutz definiert zunächst Public Relations in Anlehnung an die kommunikationswissenschaftliche Forschung als »das Management von Kommunikationsbeziehungen zwischen Organisationen bzw. Institutionen und der Öffentlichkeit« (24), das dem Ziel folge – und hier kommt der entscheidende Aspekt – »eigene Interessen durchzusetzen«. Propaganda umfasst dann nach Kutz die systematische und geplant manipulative PR. Bei der Einordnung von Propaganda entdeckt man bei den beiden Autoren jedoch unterschiedliche Ansätze: Während Andreas Elter die PR als eine »Unterform der Propaganda« (20) bezeichnet, kommt Magnus-Sebastian Kutz nach brei-

ter Theoriearbeit zu dem Ergebnis, dass »Propaganda ein Teil der PR« ist (29). Nun stellt sich die Frage, ob die unterschiedliche Herleitung dieses Begriffs als Qualitätsmerkmal gelten sollte. Sollte es nicht, denn in beiden Arbeiten steht im Zentrum des Erkenntnisinteresses, die Methoden der versuchten Meinungssteuerung in Kriegen herauszuarbeiten. Und das gelingt – um es vorwegzunehmen – in beiden Werken sehr eindrücklich.

Ein von Andreas Elter aufgeworfenes Problem ergibt sich aus dem Blick auf die Interessenlage der Beteiligten. Die Überschneidung der Interessen von Regierungs-PR auf der einen und den kommerziellen Vorteilen der Medien auf der (vermeintlich) anderen Seite provozieren beim Umgang mit Informationen fehlende Distanz. So bekommen die Medien kostengünstig Material und die Sicht der Regierung erreicht die gewünschte massenmediale Verbreitung. In Kombination mit Ergebnissen von Magnus-Sebastian Kutz, dass es sich bei dem Vorgehen der US-Administration um Propaganda handelte, wäre von einer hochgradig problematischen Konstellation für eine Demokratie zu sprechen – *wäre*. Denn trotz aller kritisch zu würdigenden Verbindungen zwischen politischen Entscheidungen und medialer Vermittlung in Kriegszeiten, lässt sich an dieser Stelle jedoch auch bemerken: Ohne die mediale Verbreitung der Folter-Bilder aus Abu Ghraib wäre dieser Skandal nie zu einem Skandal geworden und international diskutiert worden. Die Medienberichterstattung speist sich also nicht nur aus dem vorbereiteten Input der Kriegsakteure. Inwiefern allerdings die propagandistischen Bemühungen der Regierungen greifen können, hängt in entscheidendem Maße von der Vermittlungsleistung der Medien und damit deren Qualität ab.

Welche Qualität die Berichterstattung während des Irak-Krieges auswies, versuchen die britischen Kommunikationswissenschaftler Justin Lewis, Rod Brookes, Nick Mosdell und Terry Threadgold in ihrem Band »Shoot First and Ask Questions Later: Media Coverage of the 2003 Iraq War« zu beantworten. Der Band trägt seine wichtigste These bereits im Titel: Der Journalist ist als »embedded reporter« zum Kriegsteilnehmer geworden, was den Fokus auf die unmittelbaren Kriegsgeschehnisse offenbar zu Lasten einer kritischen Fragehaltung verengt. Ausgehend von der britischen Berichterstattung versuchen die Autoren mit unterschiedlichen Blickwinkeln, sowohl die Kommunikationsstrategien als auch die Medienvermittlung und deren Wirkung auf das Publikum systematisch zu untersuchen. Dieser Ansatz gelingt jedoch nur teilweise. Während die Ergebnisse der Inhaltsanalysen zur britischen Medienberichterstattung schlüssig, fundiert und methodisch ausgereift erscheinen, liefern die durch Interviews mit Entscheidungsträgern der britischen wie der US-amerikanischen Administration gewonnenen Erkenntnisse nicht immer Fruchtbare. An dieser Stelle erscheinen die beiden deutschsprachigen Analysen detailreicher und genauer. Mit einer Fülle von Material über die britische Fernsehberichterstattung gehen die Autoren dann jedoch der Frage nach, inwiefern das Konzept der »eingebetteten Reporter« die Vermittlungsleistung verbessert hat. Um es kurz zu machen: Ihr Fazit ist ambivalent. Die Mehrzahl der untersuch-

ten Berichte konzentrierte sich auf die konkrete Kriegsentwicklung, nur am Rande wurden breitere Kontexte hergestellt, in deren Folge die Hauptquellen der Reporter amerikanische oder britische Regierungs- oder Militärstellen waren. So belegt die Studie zudem, dass die Berichterstattung über die irakische Bevölkerung dazu neigte, eher jubelnde statt der kritischen Stimmen im Irak zu zeigen. Bezeichnend ist auch die Feststellung, dass der Konflikt auch nach dem von Präsident Bush verkündeten offiziellen Ende weiterging: »but the embeds went home« (18). Bei aller Kritik kommen die Autoren allerdings auch zu dem Ergebnis, dass die Einbettung der Journalisten in die Kampfverbände nicht dazu führte, dass die Reporter quasi zu PR-Offizieren des Militärs mutierten. Eine Hauptleistung der Studie liegt sicherlich in dem empirisch umfangreichen Nachweis, wie die Berichterstattung in den unterschiedlichen britischen TV-Medien aufgebaut war und wie sie auf die Rezipienten gewirkt hat. Eine übergreifende, die gewonnenen Erkenntnisse der diversen Untersuchungen zusammenfassende Auswertung sucht der Leser jedoch vergebens.

Alle drei Werke liefern mit sehr unterschiedlichen Ansätzen interessante und ergiebige Einblicke in die Öffentlichkeitsarbeit vor und während des Irak-Krieges. Den Arbeiten von Andreas Elter und Magnus-Sebastian Kutz gebührt die Leistung, die manchmal offensichtlichen, manchmal subtilen Formen der Propaganda in der US-amerikanischen Kriegsführung detailliert aufgezeigt zu haben. Bei den drei Studien handelt es sich um eingängig verfasste Texte, die einen breiten Leserkreis ohne intensive Vorkenntnisse ansprechen. Wer den umfassendsten Einblick gewinnen möchte, dem sei die kombinierte Lektüre empfohlen. Denn nur wenn die PR-Strategien der Kriegsakteure und die Vermittlungsleistung der Medien gemeinsam in den Blick genommen werden, kann die Frage beantwortet werden, wessen Werkzeuge die Medien im 21. Jahrhundert sind: die der Regierungen oder des Ideals einer »demokratischen Freiheit«.

*Jochen Fischer,  
Institut für Politikwissenschaft, Marburg*

## **RUTH R. WISSE:**

### **Jews and Power**

New York 2007

Schocken Books, 256 S.

**J***ews and Power* – zweifellos ein Thema, das Interesse weckt und Kontroversen hervorzurufen vermag. Kontroversen, an denen es in der jüngsten Vergangenheit – insbesondere in der amerikanischen Publizistik – keinen Mangel gab. Haben doch die Thesen der beiden Politikwissenschaftler John Mearsheimer und Stephen Walt zur Rolle der »Israel Lobby« in der US-Außenpolitik gezeigt, zu welchen