

Jörg Becker

Medien im Krieg

Einleitung

Vor einem Hintergrund von Systemtheorie, Konstruktivismus und Post-Moderne ist Friedensforschung hoffnungslos altmodisch, beharrt sie doch darauf, nach Wahrheiten und Moral zu suchen, beansprucht sie, eine normative Sozialwissenschaft zu sein. Ganz ähnlich geht es dem Journalismus mit seinem Selbstverständnis und seiner Vorstellung von den Aufgaben der Massenmedien in einer Demokratie. Als weltweit gültige Übereinstimmung kann gelten, dass Massenmedien von fundamentaler Bedeutung sind, um die für jede Demokratie überlebenswichtige Sphäre von dem zu schaffen, was unter Öffentlichkeit, öffentlichem Diskurs und öffentlicher Auseinandersetzung verstanden wird. Weltweite Übereinstimmung gibt es im übrigen auch darüber, dass die Tätigkeit der Massenmedien alles andere als wertfrei ist, dass es sogar verbindliche rechtliche oder freiwillige ethische Normen gibt, unter denen die Berichterstattung von Massenmedien stattfinden sollte. Die juristische oder ethische Norm, dass die Arbeit für Massenmedien dem Frieden zu dienen habe und nie dem Gegenteil, ist älter als gemeinhin bekannt und mehr oder weniger universell gültig.

Gerade die Entstehungsgeschichte des Rundfunks (d.h. Radio und Fernsehen) kurz nach Ende des Ersten Weltkriegs ist auf das Allerengste mit einem internationalen Friedensauftrag verknüpft. Rundfunk war und ist wegen der Unbegrenztheit elektromagnetischer Wellen immer internationaler Natur, und nach dem (immer noch gültigen) Rundfunkfriedenspakt von 1936 steht Rundfunk generell in der Pflicht, eine wahrheitsgemäße und eine auf Frieden und Völkerverständigung gerichtete Informationsverbreitung zu fördern und zu gewährleisten. In der internationalen Mediendiskussion der letzten Dekaden wurden solche Rechtsgrundsätze in der Mediendeklaration der UNESCO von 1976 für alle Medien generalisiert. Dort heißt es in Art. 1:

„Die Stärkung des Friedens und der internationalen Verständigung, die Förderung der Menschenrechte und die Bekämpfung von Rassismus, Apartheid und Kriegshetze erfordern einen freien Austausch und eine umfassendere und ausgewogenere Verbreitung von Information. Hierzu haben die Massenmedien einen wichtigen Beitrag zu leisten. Dieser Beitrag ist umso wirksamer, je mehr die Informationen die verschiedenen Aspekte des behandelten Gegenstands wiedergeben.“

Was für das Völkerrecht gilt, trifft auch auf nationales Medienrecht zu. Der Rechtswissenschaftler Udo Brahnahl hat in seiner Abhandlung über „Recht und Moral im Journalismus“ nachdrücklich darauf aufmerksam gemacht, dass es auch eine Friedenspflicht der deutschen Medien gibt:

„Das öffentliche Aufstacheln zur Führung eines Angriffskrieges ist mit Strafe bedroht. [...] Angriffe gegen die Menschenwürde bestimmter Bevölkerungsgruppen, die in massiven Beschimpfungen, Haßtiraden oder der Aufforderung zu Gewalt- und Willkürmaßnahmen gegen deren Mitglieder zum Ausdruck kommen, können als Volksverhetzung bestraft werden. Ebenso ist die Herstellung und Verbreitung von Darstellungen mit Strafe bedroht, die zum Rassenhaß aufstacheln oder Gewalttätigkeiten gegen Menschen verherrlichen, verharmlosen oder in einer Weise darstellen, die die Menschenwürde verletzt“ (Brahnahl 1992:227).

Geradezu vorbildlich heißt es in diesem Sinne im Gesetz des Westdeutschen Rundfunks von 1954:

„Der Westdeutsche Rundfunk soll die internationale Verständigung fördern, zum Frieden und zur sozialen Gerechtigkeit mahnen, die demokratischen Freiheiten verteidigen und nur der Wahrheit verpflichtet sein.“

Als erste Erkenntnis bleibt festzuhalten: Es gibt nicht nur eine passiv zu duldende Friedenspflicht der Massenmedien, sondern eine politisch aktivierende Pflicht. Die Massenmedien sollen von sich aus aktiv für den Frieden eintreten. Beim Thema Frieden und Völkerverständigung, soziale Gerechtigkeit und demokratische Freiheiten soll der Journalismus also nicht nur abbilden, was in der Wirklichkeit zu sehen ist (Spiegelbild-Theorie), er soll vielmehr „mahnen“, d.h. aus der Wirklichkeit aussuchen und gestalten, Vorbilder geben, zu Veränderung aufrufen (Vergrößerungsglas-Theorie). Friedensjournalismus – um ein jüngeres Konzept von Johan Galtung aufzugreifen – ist eigentlich nichts Neues, entspricht viel mehr und seit langem dem juristischen und ethischen Selbstverständnis von Journalismus und Massenmedien. Wie alt und selbstverständlich ein solcher Anspruch auf Friedensjournalismus ist, kann man auch an folgendem Zitat sehen. Es stammt von Karl Bücher, dem sozialdemokratisch orientierten Nationalökonom, der 1916 in Leipzig das erste Institut für Zeitungskunde gegründet und zu Beginn des Ersten Weltkriegs kritisch geschrieben hatte:

„Man sollte [...] glauben, dass die Presse gerade in solchen Zeiten ein lebhaftes Bewußtsein ihrer Aufgabe betätigen und von dem Gefühl ihrer Verantwortlichkeit durchdrungen sein würde, die ihr gebieten müßte, über den kämpfenden Parteien zu stehen, der Wahrheit und nur der Wahrheit zu dienen und mäßigend auf die entflammten Volksleidenschaften einzuwirken. [...] Ja, es gibt Blätter, die an Verhetzung und Herabsetzung unserer Gegner so Unglaubliches geleistet haben, dass unsere Krieger vor der Front sich gegen, diesen Ton ernstlich verwahrt haben. Wären unsere Feinde so, welches Verdienst wäre es, sie zu schlachten?“ (Bücher 1926:273, 298).

Bücher war ein relativ einsamer Rufer, einsam gegenüber einer deutschen Presselandschaft, die seit 1905 in steigendem Maße suggerierte, dass die internationalen Konfliktstrukturen hoffnungslos verhärtet waren, dass Deutschland diese Strukturen nur noch mit dem Mittel des Krieges verändern könne (vgl. Rosenberger 1998).

Die Diskrepanz zwischen friedensjournalistischem Anspruch und medialer Realität, der Sprung von Lüge zu Wahrheit und der von Erstem Weltkrieg zum Kosovo-Krieg ist kürzer, als manche meinen; die Grundsatzprobleme von damals sind nach wie vor die von heute. „Haben Lügen in der hohen Politik nicht die sprichwörtlich kurzen Beine?“, fragte der Friedensforscher Ulrich Albrecht zum Schluss seines Aufsatzes über die Informationspolitik der NATO. Und weiter heißt es bei ihm:

„Offenkundig ist ein Teil der Aufgabe der aufwendigen Informationspolitik der NATO, Nebelkerzen zu werfen, zu verhüllen und eben nicht aufzuklären“ (Albrecht 2000:63).

Ähnlich heißt es bei den beiden Journalisten Jo Angerer und Mathias Werth:

„Deutsche Politiker haben sich der Falschinformation und der Lüge bedient, um die Beteiligung der Bundeswehr am Nato-Bombardement in Jugoslawien gegenüber der Öffentlichkeit zu legitimieren“ (Angerer/Werth 2001:9).

Aus der inzwischen sehr umfang- und kenntnisreichen Fachliteratur über die Rolle der Medien im Kosovo-Krieg¹ sei hier nur noch das Resümee einer Studie des Wissenschaftszentrums in Berlin über die Kriegsberichterstattung von Frankfurter Allgemeiner Zeitung (FAZ), Die Welt, Frankfurter Rundschau (FR) und Tageszeitung (taz) zitiert:

„Die Analyse des Kosovodiskurses zeigt, dass nicht nur in bezug auf die unkontrollierte Vermittlung von Informationen aus militärischen Quellen, sondern auch in bezug auf die Bewertungen und Einschätzungen den Medien nicht zugute gehalten werden kann, eine Diskussion über die Legitimität und Zweckmäßigkeit des Militäreinsatzes angeregt zu haben. Die Medienstimme bewegte sich innerhalb eines vergleichsweise eng begrenzten Meinungsspektrums und bildete damit den weitreichenden parlamentarischen Konsens ab. Alternativen zur Annahme der Unvermeidlichkeit des Einsatzes wurden nicht in nennenswertem Ausmaß formuliert. In dem Maße, in dem die Medien sich auf die strategischen Aspekte des Krieges konzentrierten, fielen sie als Sprecher für die im parlamentarischen Diskurs in den Hintergrund gerückten Fragen nach der Legitimität und den negativen Folgen des Militäreinsatzes aus“ (Eilders 2000:5).

Warum also – und stets auf’s Neue – erhalten wir folgende Ergebnisse, und sie gelten recht allgemein und sind keinesfalls auf die zugespitzte Frage nach der Qualität von Kriegsberichterstattung beschränkt?

- Massenmedien übernehmen häufig ungeprüft an sie weitergegebene Informationen von staatlichen Stellen.
- In vielen Massenmedien wird gelogen.
- Massenmedien spiegeln eher den parlamentarischen Konsens als dass sie ihrer verfassungsmäßigen Wächteraufgabe nachkommen.²
- Massenmedien zeigen eher Beharrungs- und Verstärkungstendenz, als dass sie Motor von Veränderung und gesellschaftlichen Alternativen sind. Meist sind sie also affirmativ, nicht kritisch.
- Massenmedien konstruieren eine ihnen eigene Realität. Oft haben ihre Informationen und Berichte wenig mit dem zu tun, was man gemeinhin Wirklichkeit nennt.
- Massenmedien neigen zu einer Vermischung von Meinung und Nachricht, von Politik und Unterhaltung, von Aufklärung und Kommerz.
- Massenmedien sind gerade im Bereich der internationalen Beziehungen ein Substitut für eigene und persönliche Erfahrung.

Warum das so ist, hat schon Karl Bücher analysiert: Der Zeitungsunternehmer „bezweckt nicht, wie naive Leute glauben, in ihr (der Zeitung) öffentliche Interessen zu vertreten, sondern aus dem Verkaufe von Anzeigenraum Gewinn zu ziehen. Der redaktionelle Inhalt der Zeitung ist für ihn bloß ein kostensteigerndes Mittel zu diesem Zweck, und es gehört zu den auffallendsten Erscheinungen der Kulturwelt, dass sie diesen Zustand noch immer erträgt“ (Bücher 1981:146).

1 Ich verweise hier nur auf die folgenden Titel: antimilitarismus information, Nr. 7/1999 und Nr. 8-9/2000; Beham 2000; Bittermann/Deichmann 1999; Elsässer 2000; Cremer/Lutz 1999; Dietrich, Johannes: Die Kriegslüge. In: Die Woche, 24.3.2000:26. Forster, Peter: Information als Waffe. In: Die Weltwoche, 11.2.2000:10. Goff 1999; Halimi/Vidal 2000. Hall 2001. LAG Friedenswissenschaft NRW 1999. Moritz, Tino: Einsame Zweifler. Der Umgang mit dem angeblichen serbischen Hufeisenplan zeigt, wie unkritisch die deutschen Medien bis heute in Sachen Kosovo agieren. In: Tageszeitung, 6. April 2001. Prokop 2000. Sennitt 2000. Thomas 2000.

2 Eine Wächteraufgabe der Massenmedien steht zwar nicht expressis verbis im deutschen Grundgesetz, sie leitet sich aber verfassungsrechtlich hieraus ab und ist herrschende Lehrmeinung unter Juristen; vgl. insbesondere die Interpretation von Art. 5 GG des gegenwärtigen Richters am Bundesverfassungsgericht Wolfgang Hoffmann-Riem in: Kommentar zum Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, Band 1, Neuwied 1984:471-584.

Was Karl Bücher schon vor achtzig Jahren formulierte, hat sich inzwischen radikal dynamisiert. Die ungeheuerliche Dynamik von Internationalisierung und Privatisierung, von Deregulierung, Liberalisierung und Kommerzialisierung, von selbstverordnetem staatlichen Rückzug; der „Terror der Ökonomie“ (Viviane Forrester), das schleichende Ende der Zivilgesellschaft im Sinne von Antonio Gramsci als dem Bedeutungsverlust der Sphäre des Politischen, das beschädigte Gemeinwesen mit seiner Abnahme von einer politischen Kultur der Solidarität und Nächstenliebe und mit seiner Zunahme hedonistischer Ich-linge, kurz: die fehlende Zivilisierung des Kapitalismus (Marion Gräfin Dönhoff) – all dies zusammengenommen hat das einst öffentliche Gut Information (fast) durch und durch in eine Ware verwandelt. In diesem Verwandlungsprozess sind die Frei- und Nischenräume, die Widersprüche und Konflikte, die einen freien Blick nach vorne ermöglichen, immer kleiner geworden. Wo die Trias von Telekommunikation, Informationstechnologie und Massenmedien zur globalen volkswirtschaftlichen Lokomotive geworden ist, die die Automobil- und die chemische Industrie in Bezug auf Marktgröße, Innovationsfähigkeit und Dynamik in den Schatten stellt, da vollendet sich das, was Theodor W. Adorno und Max Horkheimer als Kulturindustrie analysiert hatten. Wo es eine Verschärfung der Konkurrenz auf dem Markt der öffentlichen Meinung gibt, wo nicht das bessere Argument zählt, wo vielmehr gewinnträchtige Ambitionen kommerziell ausgerichteter Medienanbieter vorherrschen, wo das redaktionell verantwortete journalistische Programm zum free lunch von Werbemärkten geworden ist, da ist kritische Öffentlichkeit nicht mehr möglich, vielmehr wird sie systemisch verhindert. Stattdessen wird eine Scheinöffentlichkeit produziert, in der „Ereignisse, Probleme und Lösungen nur inszeniert, aber nicht ernsthaft verhandelt werden“ (Ludes 1998:186). Noch drastischer ist in diesem Zusammenhang die Sprache der Weizsäcker-Kommission in ihrem Bericht zur Lage des Fernsehens, konstatiert sie doch für Deutschlands politische Kultur eine „Rückkehr der höfischen Öffentlichkeit“.³

Schon in meinem Habilitationsvortrag am Fachbereich Gesellschaftswissenschaft der Universität Marburg über „Kommunikation und Frieden“ im Januar 1981 ging es mir⁴ ganz wesentlich um dieses Problem: Die Art und Weise, wie Medien mit der Thematik Krieg umgehen, ist umfassend und adäquat nur dann zu begreifen, wenn man eine systematische Analyse von Massenmedien aus dem Blickwinkel von struktureller Gewalt betreibt. Verfügungsgewalt, Zugang, Technologie, Nutzung, Rezeption, Wirkung und Funktion: alle diese Dimensionen massenmedialer Produktion, Verteilung und Verarbeitung unterliegen struktureller und im Sinne der jüngeren Arbeiten von Johan Galtung auch und außerdem kultureller Gewalt. Stets war es deswegen eine intellektuelle Fehlleistung, gerade auch der Friedensforschung in Deutschland, den Schwerpunkt ihrer Analyse nur auf die Variable Inhalt zu legen. Als Feindbildanalyse und Auseinandersetzung mit Vorurteilen und Stereotypen hatte sich die Friedensforschung am schlechten Inhalt, der gut zu überwinden sei, festgebissen.

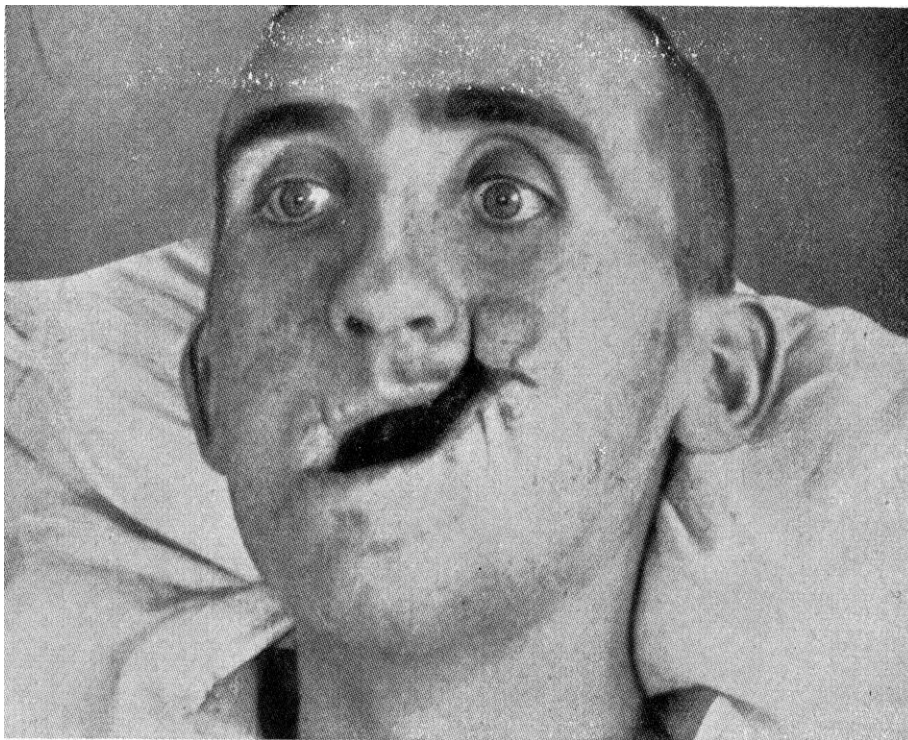
Stand der Forschung

Wo die kritische Elite schon zielgerichtet und reflexiv dachte, nur die Masse der Bevölkerung mit einem aufgeklärten Bewusstsein noch nicht recht mitkam, da galt es die Pathologie des Systems zu überwinden, Lernblockaden abzubauen und aufzuklären. Dass Aufklärung selbst ein Betrug sein könnte – so Theodor W. Adorno und Max Horkheimer –, dass ein rein

3 Bericht zur Lage des Fernsehens für den Präsidenten der Bundesrepublik Deutschland Richard von Weizsäcker, Bonn 1994:13.

4 In Deutschland hatte damals keine wissenschaftliche Zeitschrift Interesse daran, meinen Vortrag zu veröffentlichen. Ich war dann um so mehr darüber erfreut, als das renommierte „Journal of Peace Research“ meinen Artikel annahm. Eine Kurzfassung erschien später in deutscher Sprache in der Zeitschrift „Das Argument“. Für den damals DKP-nahen Ort dieser Zeitschrift war es typisch, dass die Dimension der Rüstungstechnologie in den Vordergrund gerückt wurde, nicht jedoch die kommunikationswissenschaftliche Ebene. Vgl. die folgenden Arbeiten: Becker 1982 und 1983.

Abbildung 1: Verstümmelter Kriegsteilnehmer aus dem 1. Weltkrieg



Quelle: Friedrich, Ernst: Krieg dem Kriege! Guerre à la guerre! War against war! Krig mot krigen!. Band I, Berlin: Verlag Freie Jugend 1926, S. 196.

instrumenteller Aufklärungsprozess seinen humanen Preis kosten könnte, solche Ideen standen Ende der sechziger Jahre am Anfang der institutionalisierten Friedensforschung nicht Pate (sieht man von den Arbeiten von Klaus Horn ab). Vielmehr waren es systemtheoretische und technokratische Spekulationen über die Funktionalität von vorurteilsfreien, völkerverständigenden und friedensförderlichen Inhalten. Wieder und wieder wurde in diesem Zusammenhang die Gründungsakte der UNESCO gebetsmühlenartig zitiert: Da „Kriege ihren Ursprung im Geiste des Menschen haben, [muss] die Schutzwehr des Friedens gleichfalls im Geiste des Menschen errichtet werden.“ „Im Geiste des Menschen...“: Dies war genau der idealistische Fallstrick der Friedensforschung, der zu folgenden Ergebnissen führte:

- Medienanalysen wurden von den Politikwissenschaftlern in die Ecke der Psychologie und Pädagogik abgeschoben. Wenig ging es um Macht, Herrschaft, Interesse und System, viel aber um Lernen, Jugendaustausch und Kultur.
- Medienanalysen waren deswegen contentistisch, also zentriert auf die Kommunikationsvariable Inhalt. Fragwürdig war und ist ein solch contentistischer Ansatz aus wenigstens zwei Gründen. 1. Implizit oder explizit ist jeder contentistische Ansatz einem simplen Stimulus-Response-Modell von Kommunikation verhaftet. Ändere doch einfach die Botschaft, und schon klappt die Kommunikation, so könnte man diesen naiven Ansatz skizzieren. 2. Da die Friedensforschung und mit ihr große Teile der Kommunikationsforschung die Variable Inhalt nicht als Funktionalität von Struktur

begreifen konnten, mussten alle inhaltlichen Analysen an der Oberfläche bleiben. Ob Hermeneutiker, Inhaltsanalytiker, Sprachwissenschaftler oder Diskursanalytiker: Sie alle gehen von der fragwürdigen Annahme aus, dass die Produktionsbedingungen der Massenmedien eine Randbedingung sei, die den Inhalt kaum beeinflusse. Spricht aber nicht Vieles dafür, dass die gegensätzliche Annahme die historisch immer stärker werdende Realität geworden ist? Wo die Ökonomie über die Politik dominiert, da verkümmert die Autonomie des Inhalts zu einer Restkategorie.

Und wo die Pressefreiheit die Meinungsfreiheit ersetzt und aus dem Zeitung lesenden Bürger ein Rezipient, ein Kunde, eine Klientel und eine Zielgruppe geworden ist, da kann ein demokratietaugliches Konzept von Öffentlichkeit kaum gedeihen.

Eine zweite Leerstelle der bisherigen Friedensforschung in ihrer Auseinandersetzung mit der Thematik Medien und Krieg gründet in der merkwürdigen Scheu, sich analytisch mit Technologie auseinanderzusetzen. Verzeichnet die reale Entwicklung der Massenmedien in einer sich immer schneller drehenden Spiralentwicklung eine ganz starke Technologisierung, ist sozialwissenschaftliche Medienforschung gleichzeitig immer stärker zu einer Technologiefolgenabschätzungsforschung geworden, geht es gleichzeitig auch um Technologiegeschichte, -philosophie und -ethik. Im Kontrast dazu hat die institutionalisierte Friedensforschung kaum ein systematisches, analytisches und kontinuierliches Interesse an Technologiepolitik entwickelt. Dieses zu fordern, heißt keinesfalls einer technokratischen Sichtweise von Politikwissenschaft Tür und Tor zu öffnen, nur einfach zur Kenntnis zu nehmen, dass die Größe Technologie eingeklemmt zwischen Ökonomie und Politik, immer relevanter für jede Gesellschaftsanalyse geworden ist.

Der Postmoderne-Debatte könnte die Friedensforschung entnehmen, dass es eine Interdependenz von Form und Inhalt, von Medium/Technologie und Botschaft gibt. Das Medium ist zwar nicht, wie noch der kanadische Literaturwissenschaftler Marshall McLuhan meinte, die Botschaft, wohl aber formt es die Struktur der Botschaft entscheidend mit. Es war der kanadische Ökonom Harold A. Innis der mit seiner 1950 erschienen Arbeit über „Empire and Communications“ (Innis 1972) überzeugend und nachdrücklich darauf aufmerksam machte, dass es zwischen der Qualität von historisch je unterschiedlicher politischer Herrschaft und den vorherrschenden medialen Ausdrucksformen konsistente und nicht-zufällige Beziehungen gab und gibt. Innis kann als wesentlicher Vater der Erkenntnis begriffen werden, dass Medien als materielle Träger von Kommunikation formbildend und verhaltenssteuernd die soziale Umwelt des Menschen prägen. Kriegsberichterstattung war also immer/meistens/ häufig vom Aufkommen der dann stets Neuen Medien begleitet. So koppeln sich im 19. Jahrhundert genetisch Telegraphie, Telegramm, Nachrichtenagenturen und Kriegsberichterstattung mit der neuen Photographie, mit dem Dokumentarfilm und dem Radio stehen Neue Medien am Anfang und am Ende des Ersten Weltkriegs, und der Zweite Golfkrieg ist eben ohne die miteinander verkoppelte Technik von Fernsehen, Video, Mobiltelefon und Satellit nicht denkbar.

Wie stiefmütterlich die Friedensforschung das gesamte Gebiet Medien und Krieg bislang behandelt hat, wird daran deutlich, dass die wichtigsten Periodika der Friedensforschung (Friedensanalysen, Friedensgutachten, Jahrbuch Frieden, Veröffentlichungen der AFK-Kolloquien) hierzu fast nichts veröffentlicht haben. Völlig anders dagegen sieht es in der Kommunikationswissenschaft aus. Während des Golfkriegs schrieb dazu der Salzburger Kommunikationsforscher Michael Schmolke: „Es gibt kaum ein Teilgebiet der Kommunikationsgeschichte, das so breit erforscht ist wie die gesellschaftliche Kommunikation im Krieg und speziell Kriegsberichterstattung“ (Schmolke 1991:35) Das ist sicherlich zutreffend. Allerdings weist die vorhandene wissenschaftliche Literatur zum

Themenkomplex Medien und Krieg folgende Charakteristika auf, die weitere Fehlstellungen und Schwächen der bisherigen Forschung aufzeigen.

1. Der größte Teil der Literatur besteht aus exemplarischen Monographien zu einzelnen Kriegen resp. einzelnen Medien (meistens isolierte Dissertationen).
2. Die meisten Arbeiten sind anlassbedingt, d.h. sie verdanken ihre Entstehung einem soeben geschehenen Krieg. (So ist z.B. die Zahl der Arbeiten über die Rolle der Medien im Golfkrieg von 1990/91 kurz nach Ende dieses Krieges kaum noch zu überblicken.)
3. Sieht man sich die disziplinäre Herkunft der vorhandenen Forschung zum Themenkomplex „Krieg und Medien“ an, so fällt schnell auf, dass explizit friedenswissenschaftliche Arbeiten nahezu fehlen. Die vorliegende Literatur kommt im wesentlichen aus der Kunstgeschichte, der Theorie und Ästhetik visueller Kommunikation, der allgemeinen und speziellen Geschichte, der Literaturwissenschaft, der Essayistik und der Sozialpsychologie. Auffallend ist ferner die große Anzahl von Forschungsarbeiten aus den USA und Großbritannien, die im deutschsprachigen Raum nicht rezipiert werden.
4. Von den beiden naheliegenden Varianten dieses Themenkomplexes, nämlich „Kriegsdarstellung in den Medien“ einerseits und „Medien im Dienste von Krieg“ andererseits, ist die erste Variante häufiger bearbeitet worden als die zweite. Selten allerdings ist die Kombination von beiden bedacht worden, noch seltener freilich wurden beide Varianten in den Kontext struktureller Gewalt bei der Produktion von Massenmedien eingebettet, so wie ich es in meinem Habilitationsvortrag von 1981 vorgeschlagen hatte.
5. Bei einigen der vorliegenden Arbeiten dominieren platte verschwörungstheoretische Ansätze, wie sie 1997⁵ durch den TV-Film über den MIT-Wissenschaftler Noam Chomsky „Die Konsensfabrik“ wieder einmal in Deutschland akut wurden. Wo sich der kommunikationswissenschaftlich fundierte strukturell-funktionalistische Ansatz auf altlinke Formeln von der Gedankenkontrolle durch Regierung und Big Business reduziert, desavouiert sich ein Noam Chomsky – schlicht und einfach – als Wissenschaftler.
6. Im Kontext von Systemtheorie und Konstruktivismus gibt es in der Kommunikationswissenschaft inzwischen das Fachgebiet Krisen- und Risikokommunikation (Peters 1991). Der hier benutzte Krisenbegriff bleibt soziologisch ungefüllt, wird nicht einmal von den Begriffen Konflikt oder Krieg getrennt, erscheint lediglich als unerwartete Systembedrohung. Demgegenüber steht eine sozialwissenschaftlich tradierte Friedensforschung in der Annahme, dass Krisen, Konflikte und auch Kriege sehr viel eher als kontinuierlicher Bestandteil eines labilen Weltsystems zu begreifen sind, als dessen unerwartete Ausnahme. Einmal anders formuliert: Wo eine Systemtheorie von in sich geschlossenen Teilsystemen ausgeht (nach den eigenen Prämissen auch ausgehen muss), da ist ein solcher Ansatz von Anfang an nicht in der Lage ist, die wirklich relevanten sozialen Prozesse zu erkennen. Diese aber bewegen sich entlang offener Bruchlinien, sind oft latenter Natur, zeigen Überlappungen, Konvergenzen und Verzahnungen, sind prinzipiell labil, fragil, dynamisch und chaotisch (im Sinne der Chaos-Theorie).

5 Vgl. Riepe, Manfred: Verschwörungstheorie. In: taz, 5.9.1997:18.

Zukünftige Forschungsschwerpunkte der Friedensforschung

Es bleibt zwar eine mehr als fragwürdige Oberflächenanalyse, wenn gegenwärtig von der sogenannten Informationsgesellschaft (Becker/Göhring 1999) die Rede ist, doch kann als gesichert gelten, dass gerade die ökonomische Bedeutung der Ware Information in den letzten drei Dekaden enorm zugenommen hat. Bei ihrer in Deutschland gegenwärtig erneuten und

Abbildung 2: Toter Soldat in der Wüste vor Kuwait (12. März 1992)



Quelle: André, Olivier (Hrsg.): Numéro spécial: des photos contre la guerre, Paris: Publia 2003, S. 15.

zweiten Institutionalisierung täte die organisierte Friedensforschung gut, diesem Wandel politisch, wissenschaftlich und programmatisch Rechnung zu tragen. Vor dem Hintergrund der Mängelliste bisheriger Forschung sind für zukünftiges wissenschaftliches Arbeiten sechs neue Schwerpunkte vorzuschlagen.

1. Bilder

Gegenüber der traditionell klaren Trennung von Bild und Text als jeweils spezifische Medien, begründet in deren Techniken der Herstellung, Wahrnehmung und immanenten Strukturen, sowie den Distributionsformen, ermöglicht die neue Digitaltechnik eine multimediale Zusammenführung. Als quasi Hybridisierung auf einer neuen Basis virtualisiert sich Welt. Mit dieser technologischen Veränderung könnte die 800 Jahre alte Dominanz von Vertextung im Erkenntnisprozess einem Ende zugehen, könnte Erkenntnis über Visualisierung und Bild einen sehr viel höheren Stellenwert als früher einnehmen. Schon immer markierten gerade in der Kriegsberichterstattung einzelne Fotos als Quasi-Ikonen das Ganze des Krieges. Das gilt für das Foto „Augenblick der Wahrheit“ aus dem spanischen Bürgerkrieg von Robert Capa genauso wie für das Foto von Edward Adams aus dem Vietnamkrieg, das den südvietnamesischen Polizeichef zeigt, wie er einem Mitglied des Vietcong in den Kopf schießt, oder das Foto von Huynh Cong Nick Ut, das ein junges vietnamesisches Mädchen zeigt, das nackt und schreiend aus ihrem mit Napalm bombardierten Dorf davonrennt. Die Digitaltechnik begründet gegenwärtig eine ikonische Wende, ein pictorial turn. Die Friedensforschung wäre gut beraten, das aktiv zu berücksichtigen.

2. Public Relations

Im Zweiten Golfkrieg dynamisierte sich das Paar Krieg und Medien in einem bis dahin nicht gekannten Ausmaß. Unter Ted Turner führte die amerikanische Fernsehgesellschaft CNN ganz neuartige Momente in die Kriegsberichterstattung ein. 1. Die bisherige Zeitknappheit im TV-Format einer Nachrichtensendung wurde auf eine 24-stündige Rund-um-die-Uhr-Kriegsberichterstattung ausgedehnt. 2. Das Konzept von „Eyewitness-News“ mit permanenten Live-Übertragungen dramatisierte das TV-Format von Realismus und Authentizität. 3. Die Staatsoberhäupter der Kriegsparteien (George Bush und Saddam Hussein) kommunizierten während des Krieges über CNN miteinander, nicht länger über die Kanäle von Geheimdiplomatie. 4. Reale militärische Aktionen im Golfkrieg wurden zu den attraktivsten (und teuersten im Sinne der Werbeindustrie) TV-Sendezeiten in den USA

Tabelle 1: Aktivitäten von Public Relations-Agenturen in Kriegen 1967-2001

Jahr	Auftraggeber/ Klient	Aktivität	Ausführende PR-Agentur
1967	Provinzregierung von Biafra	PR-Kampagne unter US-amerikanischen Meinungsführern zur Unterstützung der Unabhängigkeit von Biafra	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1968	Nigerianische Zentralregierung in Lagos	Verbesserung der eigenen Position gegenüber den Sezessionisten aus Biafra in der europäischen Presse	Werbeagentur Galitzine & Partners (Großbritannien)
1985	UNITA-Rebellen in Angola unter Jonas Savimbi	Verbesserung des UNITA-Image in der Presse der USA	Consultingfirma Black & Manafort (USA)
1986	Marxistische Regierung von Angola	Verbesserung des Image der marxistischen Regierung von Angola in der Presse der USA	PR-Firma Gray & Co. (USA)

1990	Regierung von Kuwait	PR-Kampagne gegen den Irak, Aufbau eines irakischen Feindbildes in der Presse	PR-Firma Hill & Knowlton (Großbritannien)
1991 und 1992	Regierung von Kroatien	PR-Kampagne unter US-amerikanischen Politikern, Regierungsmitgliedern und UN-Beamten, Beratung von Medien, Organisation von Politikerreisen, Unterstützung kroatischer Kriegsziele	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1991	Provinzregierung von Kosovo	pro-albanische PR-Kampagnen in den internationalen Medien	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1992	Regierung von Bosnien-Herzegowina	Kontakte mit Medien, Gründung des „Bosnia Crisis Communication Center“, Organisation von Pressekonferenzen, internationale Korrespondenz für die Regierung, Platzierung von Leitartikeln in der „New York Times“	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1993	Regierung von Kroatien	Intervention bei US-amerikanischen Medien, Politikern und Wissenschaftlern für die kroatische Kriegspolitik	Ruder Finn Global Public Affairs (USA)
1999	Rudolf Scharping, Verteidigungsminister der BRD	persönliche Imagekampagne während des Kosovo-Krieges	Hunzinger Information AG (BRD)
2001	Regierung der USA	PR-Kampagne zur Unterstützung der NATO-Intervention in Mazedonien	Louis Berger Company (USA) + IdeaPlus (Mazedonien)
2001	U.S.-Verteidigungsministerium	PR-Kampagne zur weltweiten Unterstützung gemäßiger muslimischer Kräfte während des Afghanistan-Krieges	The Rendon Group (TRG) (USA)

gestartet. 5. Die Zensur der Berichterstattung durch das Verteidigungsministerium der USA war in ihrem Ausmaß und ihrer Qualität historisch unübertroffen. Und obwohl den Medieninstitutionen und den Journalisten diese Zensur bekannt war, verweigerten sie sich nicht. 6. Die französische Postmoderne ging so weit, Krieg und Medien als gegenseitigen Bedingungs-zusammenhang kurz zu schließen; Medien sind Krieg, Kriege sind Medien.

Wie inzwischen bekannt ist, war der Golfkrieg auch insofern etwas Neuartiges, als Public Relations-Agenturen bei der Vermarktung dieses Krieges in den Medien in einem bis dahin

unbekannten Ausmaß mitgewirkt haben. Nach der irakischen Invasion von Kuwait im August 1990 gründete die kuwaitische Regierung in den USA eine eigene Menschenrechtsorganisation „Bürger für ein freies Kuwait“. Bezahlt von der kuwaitischen Regierung, wurde diese „Nicht-Regierungsorganisation“ von der britischen Public Relations-Firma Hill & Knowlton betreut. In einem Hearing vor dem amerikanischen Kongreß über Menschenrechtsverletzungen des Irak in Kuwait ließ man das kuwaitische Mädchen Nayirah über irakische Soldaten berichten, die in einem kuwaitischen Krankenhaus Babys aus den Brutkästen geworfen haben sollten. Während diese „Brutkasten-Story“ erheblich zu einer Legitimation der amerikanischen Golfkriegspolitik beitrug, wissen wir heute, dass sie nichts weiter als eine professionelle Inszenierung war, im übrigen mit einer Nayirah, die sich im Nachhinein als Tochter des kuwaitischen Botschafters in den USA entpuppte.⁶

Seit einigen Jahren weiß man (siehe Tabelle 1), dass die Tätigkeit von Public Relations-Firmen bei medialer Kriegsvermarktung alles andere als ein Einzelfall ist. So wurde auch im ex-jugoslawischen Bürgerkrieg die amerikanische PR-Firma Ruder Finn Global Public Affairs für die Regierungen in Kroatien und Bosnien-Herzegowina und die albanische Seite im Kosovo aktiv.

Public Relations gab es im Kosovo-Krieg⁷ auch auf deutscher Seite, und zwar im Umfeld der PR- und Werbeagentur Hunzinger in Frankfurt. Diese Agentur vermarktete u. a. Politiker, d.h. verschaffte ihnen Show- und Buchaufträge, lud sie zu Reiseprogrammen ein, veranstaltete mit ihnen Seminare. Firmeninhaber Moritz Hunzinger war u. a. für Lothar de Maizière, Roland Koch und Cem Özdemir tätig. Er trägt die Ehrenmedaille der Bundeswehr und beriet Verteidigungsminister Rudolf Scharping in Stil- und Kleidungsfragen. Während des Kosovo-Krieges gab es regelmäßige Treffen zwischen Hunzinger und Scharping. Bei Scharpings Truppenbesuch im Kosovo Weihnachten 1999 wurde die dazugehörige Bildarbeit von der Agentur Hunzinger übernommen.⁸

3. Gender

„Das Kino entdeckt einen neuen Heldentypus: Den weiblichen Körper als Kampfmaschine“ so titelte „Die Zeit“ 1998 in ihrer Besprechung des Films „G.I. Jane“ mit Demi Moore in der Hauptrolle.⁹ Dass die Gender-Problematik auch die des Verhältnisses von Krieg zu Medien berührt, ist ganz offensichtlich. Erforscht ist dieses Gebiet aus der Gender-Perspektive allerdings so gut wie gar nicht. Es hat in diesem Kontext den Anschein, als ob der Beruf des Kriegsberichterstatters häufiger als sonst Journalistinnen angezogen hätte. Zu denken ist hier an die Reisejournalistin und Kriegsreporterin Alice Schalek¹⁰, an die Kriegsberichterstatterin Martha Gellhorn (Gellhorn 1997), an Marguerite Higgins Buch „Kriegsschauplatz Korea“ (Higgins 1951), an die BBC-Kriegsreporterin Kate Adie, an die frühere WDR-Korrespondentin Sonia Mikich (Mikich 1997) oder an die 2006 ermordete Moskauer Journalisten Anna Politkowskaja und ihre einsam-kritische Berichterstattung über den

6 Vgl. jetzt sehr ausführlich hierzu Kunczik/Zipfel/Biesinger 2000.

7 Vgl. jetzt ausführlich Becker/Beham 2006.

8 Vgl. hierzu die folgenden Presseartikel: Ceballos Betancur, Karin: Beziehungen sind der Rohstoff des Info. In: Frankfurter Rundschau, 30. März 1998. Ochs, Jutta: Omnipräsenter PR-Guru. In: Frankfurter Rundschau, 3. Februar 2000. Winkler, Willi: Ein Krieger zum Kuschn. In: Süddeutsche Zeitung, 9. September 2000:22. Schuhler, Conrad: Ab hier wird auf Hunzinger gehört. In: Süddeutsche Zeitung, 8. Dezember 2000 und Becker/Beham 2006.

9 Seesslen, Georg: Die Wiederkehr der Kriegerinnen. In: Die Zeit, 12. März 1998:49.

10 Vgl. Krasny/Patka/Rappf/Rappf-Wimberger 1999. Der (jüdische) Literaturkritiker Karl Kraus charakterisierte die (jüdische) Journalistin Alice Schalek als „sensationslüsterne Kriegsberichterstatterin“.

Tschetschenienkrieg.¹¹ Ist feminine Kriegswahrnehmung anders als maskuline? Ist weibliche Kriegsberichterstattung anders als männliche?

4. Unterdrückte Bilder und Texte

Was im Krieg öffentlich nicht geschrieben und nicht gezeigt wird, ist als Text oder Bild dennoch vorhanden, freilich auf anderen Ebenen als der einer medialen Öffentlichkeit. Zwar gab und gibt es seit einer Reihe von Jahren mit Initiativen wie dem Informationsdienst zur Verbreitung unterbliebener Nachrichten (ID) (1975-1981) (www.iisg.nl/~id/id-archiv.html) oder der 1997 gegründeten Initiative Nachrichtenaufklärung (www.kl-medien.de/ina) (Pöttker 1999) soziale Bewegungen, die versuchen, unterdrückte und verschwiegene Bilder und Texte in den öffentlichen Medienkreislauf einzubringen, doch bleiben solche Ansätze voluntaristisch und nicht systematisch, haben sich zudem so gut wie nie auf Kriegskommunikation bezogen. In diesem Sinne ist an die Arbeiten des anarchistischen Radikalpazifisten Ernst Friedrich (1894-1967)¹² anzuknüpfen, der mit seinen nicht gezeigten, mit seinen Schockfotos von Kriegsoptionen aus dem 1. Weltkrieg die Öffentlichkeit aufrütteln und erziehen wollte. Ganz in diesem Sinne folgte seinen Arbeiten eine frz. Studenteninitiative mit einer Broschüre von Kriegs-Schockfotos nach dem zweiten Golfkrieg Anfang der neunziger Jahre. Was genau also unterdrückte, verschwiegene, verdrängte, vergessene, ausgelassene, unterlassene und ausgesparte Kriegskommunikation ist, dies wäre zukünftig systematisch zu erforschen. Und notabene: Ein konstruktivistischer Ansatz wäre hierbei völlig überfordert, könnte er doch kaum Kriterien einer Wirklichkeitskonstruktion für gerade das Unwirkliche konstruieren.

Friedensforschung hat sich immer auch – es gilt zu betonen: auch – als angewandte Wissenschaft, als Politikberatung, als Praxeologie von unten verstanden. In diesem Sinn sind noch zwei weitere, eher praxisorientierte Forschungsvorschläge zu machen.

5. Frühwarnsystem

Es wäre ein Irrtum zu glauben, dass es in der Kriegszukunft nur noch um information war ginge (wie wichtig auch gerade dieses Arbeitsgebiet noch werden wird).¹³ Der Blick auf Afrika zeigt uns trotz Digitalisierung und Elektronik die Rückkehr zu Söldnern und warlords; im Medienbereich zeigt sie uns in den verschiedenen Hassradios in Zentralafrika die zielgerichtete, bewusste, geplante und außerdem erfolgreiche Nutzung von Massenmedien für Völkermord (vgl. Kirschke 1996 und 2000). Hassbotschaften fallen nicht vom Himmel, sie kündigen sich auch in den Medien an, sie bereiten den latenten Boden für Krieg vor. Würden Massenmedien systematisch und in weltweiter Vernetzung von Friedensgruppen beobachtet und analysiert, dann könnte man aus den Beobachtungsdaten ein Frühwarnsystem für bewaffnete Konflikte aufbauen.

6. Krisenprävention und Konfliktbearbeitung¹⁴

Zwar ist es einfacher, Feindbilder per Massenmedien auf- als abzubauen, aber dennoch haben einige Medienprojekte in Entwicklungsländern gezeigt, dass Krisenprävention und Konfliktbearbeitung mit Medien machbar ist. Medienwirkung im Sinn einer strukturellen Krisenprävention und Konfliktbearbeitung erfordert eine institutionelle Absicherung in der

11 Vgl. Hille, Stephan: Am liebsten hätte man sie erschossen. In: Die Weltwoche, 8. März 2001:5.

12 Vgl. Kegel 1986.

13 Eine überzeugende Einführung bringen Minkwitz/Schöfbänker 2000.

14 Vgl. Becker 2002.

Form von kontroverser Öffentlichkeit, Möglichkeit zu Vielfalt und Pluralität, Medienrecht als Rahmenbedingung von Rechtsstaatlichkeit und journalistischen Ethikcodices als Regulativ für verantwortliches Handeln auf individueller Ebene. Die Förderung solcher institutionellen Bedingungen für Medienkommunikation in der Entwicklungszusammenarbeit muss Ausgangspunkt und Ziel jeder einzelnen Projektförderung vor, während und nach Konflikten sein. Aus unterschiedlichen Gründen eignen sich für solche konkreten Projekte die Gruppenmedien Radio und Video am besten.

Schluss

„Ein großer Teil der Nachrichten, die man im Krieg bekommt, ist widersprechend, ein noch größerer falsch und bei weitem der größte einer ziemlichen Ungewißheit unterworfen.“¹⁵

Dieses hellsichtige Zitat stammt von Carl von Clausewitz, und es ist ganz offensichtlich nach wie vor aussagekräftig. Seltsamerweise erfährt von Clausewitz seit einigen Jahren eine Renaissance in der deutschen Publizistik. Einer Renaissance der Friedensforschung ginge es wahrscheinlich sehr viel besser, wenn ein neues Nachdenken über den Zusammenhang von Krieg und Medien nicht bei einem preußischen General, sondern bei einem ostpreußischen Philosophen beginnen würde.

Literatur

- Albrecht, Ulrich: Strategische Ziele und Arbeitsweisen der Informationspolitik der NATO. In: antimilitarismus-Information 2000/8-9.
- André, Olivier (Hrsg.): Numéro spécial: des photos contre la guerre, Paris: Publia 2003.
- Angerer, Jo / Werth, Mathias: Es begann mit einer Lüge. In: Frankfurter Rundschau, 16.2. 2001:9.
- Becker, Jörg / Beham, Mira: Operation Balkan. Werbung für Krieg und Tod, Baden-Baden: Nomos-Verlag 2006.
- Becker, Jörg / Göhring, Wolf (Hg.): Kommunikation statt Markt. Zu einer alternativen Theorie der Informationsgesellschaft. St. Augustin 1999.
- Becker, Jörg: Communication and Peace. In: Journal of Peace Research, 1982/3:227-240.
- Becker, Jörg: Der Beitrag der Medien zur Krisenprävention und Konfliktbearbeitung. Eine Analyse der internationalen Diskussion und Implementierungsmöglichkeiten mit Empfehlungen für die Technische Zusammenarbeit, Eschborn: Deutsche Gesellschaft für Technische Zusammenarbeit 2002.
- Becker, Jörg: Kommunikationstechnologie und Rüstung. In: Das Argument, 140/1983: 562-570.
- Beham, Mira: Der Informationskrieg um das Kosovo. In: Vierteljahrsschrift für Sicherheit und Frieden, 2000/3:218-226.
- Bericht zur Lage des Fernsehens für den Präsidenten der Bundesrepublik Deutschland Richard von Weizsäcker. Bonn 1994.
- Bittermann, Klaus / Deichmann, Thomas (Hg.): Wie Dr. Joseph Fischer lernte, die Bombe zu lieben. Berlin 1999.
- Branahl, Udo: Recht und Moral im Journalismus. In: Haller, Michael / Holzhey, Helmut (Hg.): Medien-Ethik. Opladen 1992.
- Bücher, Karl: Auswahl der publizistikwissenschaftlichen Schriften. Hg.: Fischer, Heinz-Dietrich / Minte, Horst, Bochum 1981.
- Bücher, Karl: Der Krieg und die Presse. In: ders.: Gesammelte Aufsätze zur Zeitungskunde, Tübingen 1926.

15 Zit. nach Müller-Ullrich, Burkhard: Medienmärchen. Gesinnungstäter im Journalismus, München: Blessing 1996:141.

- Cremer, U. / Lutz, D. S. (Hg.): Nach dem Krieg – ist vor dem Krieg. Die Sicht der anderen zum Kosovo-Krieg und ihre alternativen Lehren und Konsequenzen. Hamburg 1999.
- Eilders, Christiane / Lüter, Albrecht: Medien zum Kosovokrieg. In: WZB-Mitteilungen, September 2000:5.
- Elsässer, Jürgen: Kriegsverbrechen. Die tödlichen Lügen der Bundesregierung und ihre Opfer im Kosovo-Konflikt. Hamburg 2000.
- Friedrich, Ernst: Krieg dem Kriege! Guerre à la guerre! War against war! Krig mot krigen!. 2 Bände, Berlin: Verlag Freie Jugend 1926.
- Gellhorn, Martha: Das Gesicht des Krieges. Reportagen 1937-1987. München 1997.
- Goff, Peter (Hg.): The Kosovo News and Propaganda War, Wien: The International Press Institute 1999.
- Halimi, Serge / Vidal, Dominique: Chronik eines angekündigten Vertreibungskrieges. In: Le Monde Diplomatique (dt. Ausgabe), März 2000:12-13.
- Hall, Peter Christian (Hg.): Krieg mit Bildern. Wie Fernsehen Wirklichkeit konstruiert. Mainz, ZDF 2001.
- Higgins, Marguerite: Kriegsschauplatz Korea. Das Tagebuch einer Kriegsberichterstatteerin. Frankfurt 1951.
- Innis, Harold A.: Empire & Communications. Rev. edition, Toronto: University of Toronto Press 1972.
- Kegel, Thomas: Krieg dem Krieg! Ernst Friedrich – Anarchist und revolutionärer Antimilitarist, in: Graswurzelrevolution, Heft 115/1986.
- Kirschke, Linda: Broadcasting Genocide. Censorship, Propaganda & State Sponsored Violence in Rwanda 1990-1994. London: Article 19/1996.
- Kirschke, Linda: Multiparty transitions, elite manipulation and the media: reassessing the Rwandan genocide. In: Vierteljahresschrift für Sicherheit und Frieden, 2000/3:238-244.
- Krasny, Elke / Patka, Marcus / Rappf, Christian / Rappf-Wimberger, Nadia (Hg.): Die Fotografin und Reisejournalistin Alice Schalek. Wien: Mandelbaum 1999.
- Kunczik, Michael / Zipfel, Astrid / Biesinger, Beate: Internationale Werbe- und Public Relations-Netzwerke. WPP, Hill & Knowlton und die Wexler Group. In: Brüne, Stefan (Hg.): Neue Medien und Öffentlichkeiten. Bd. 2, Hamburg 2000:316-364.
- LAG Friedenswissenschaft NRW (Hg.): ... nach dem Krieg ist vor dem Krieg ... Kosovo-Forum, Hagen 1999.
- Ludes, Peter: Einführung in die Medienwissenschaft, Berlin 1998.
- Mikich, Sonia: Düstere Lektionen. Über die Arbeit als Kriegsberichterstatteerin. In: Jahresbericht 1996, Köln 1997:48-49.
- Minkwitz, Olivier / Schöfbänker, Georg: Information Warfare: Die Rüstungskontrolle steht vor neuen Herausforderungen. In: Österreichische Militärische Zeitschrift, 2000/5: 587-594.
- Peters, Hans Peter: Warner oder Angstmacher? Thema Risikokommunikation. In: Funkkolleg. Medien und Kommunikation. Konstruktion von Wirklichkeit. Studienbrief 9, Tübingen 1991:74-108.
- Pöttker, Horst (1999): Initiative Nachrichtenaufklärung: Zwölf Thesen über das öffentliche (Ver-)Schweigen, in: Ludes, Peter und Schanze, Helmut (Hrsg.): Medienwissenschaften und Medienwertung, Opladen: Westdeutscher Verlag, S. 161-169.
- Prokop, Dieter: Kriegsberichterstattung, Opfer-Bilder. In: Ders.: Der Medienkapitalismus. Das Lexikon der neuen kritischen Medienforschung. Hamburg 2000:31-57.
- Rosenberger, Bernhard: Zeitungen als Kriegstreiber? Die Rolle der Presse im Vorfeld des Ersten Weltkriegs. Köln 1998.
- Schmolke, Michael: ... daß die ganze Welt zuhört. Kriegsberichterstattung zwischen Prohibition und Exhibition. In: Medien Journal (Salzburg), 1991/1:35-42.
- Sennitt, Andy: The Kosovo Conflict. In: World Radio TV Handbook 2000:54-57.
- Thomas, Timothy L.: Der zerstörte Panzer, der keiner war. Kosovo und der herrschende Mythos der Informationsüberlegenheit. In: Frankfurter Rundschau, 31.3.2000:12.