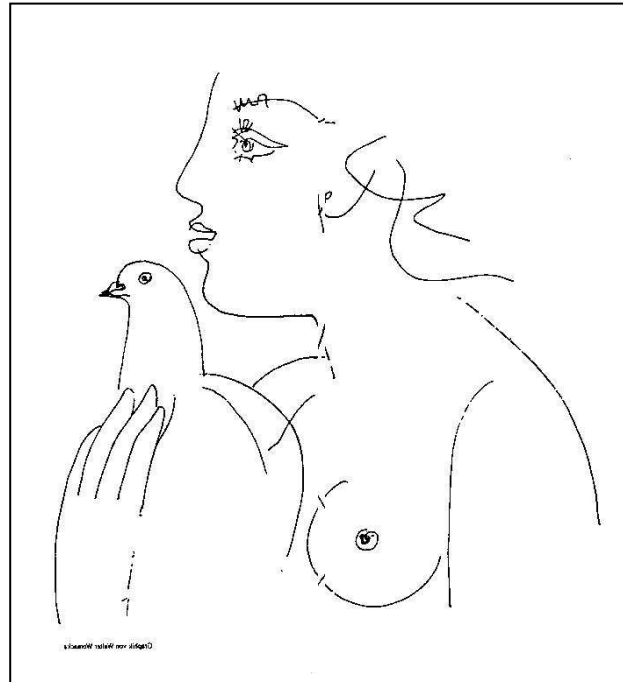


Europäisches Friedensforum epf Deutsche Sektion

Zentraler Arbeitskreis Frieden der
Gesellschaft zum Schutz von Bürgerrecht und Menschenwürde e.V.

Nr. 79



Der Kampf um die Köpfe und Herzen Gute Gründe für den Krieg - oder doch nicht!?

von

Dr. Sabine Schiffer

IMV Institut für Medienverantwortung

Redaktionsschluss: 15.12.2010

c/o Gesellschaft zum Schutz von Bürgerrecht und Menschenwürde e. V.

Weitlingstrasse 89, 10317 Berlin

Tel.: 030/ 557 83 97 Fax: 030/ 555 63 55 E-mail: gbmev@t-online.de Homepage: www.gbmev.de/

Woher stammt der folgende Text?

"Die Bundeswehr - Aufgabe mit Zukunft

In den letzten Jahren hat sich die sicherheitspolitische Lage in Europa grundlegend gewandelt. Dies ist nicht ohne Auswirkungen auf die Bundeswehr geblieben. Die Streitkräfte verändern sich. Umfang, Struktur, Aufgabengebiete und Einsatzmöglichkeiten werden neu definiert. Um ihren Auftrag erfüllen zu können, braucht die Bundeswehr jährlich rund 20.000 neue Zeitsoldaten - als Unteroffiziere und Offiziere."

Man könnte ihn für einen Anwerbetext der Bundeswehr halten und genau genommen ist es auch einer. Aber er schmückte ein nicht besonders beachtetes Computerspiel: Helicopter Mission. Und verweist deutlich auf eine Verquickung zwischen Militär und Software-Spiele-Industrie. Viele andere gängige "Produkte" der Gamerszene passen ebenso in diesen Bereich - ... Screenshots (1) - exemplarisch an einem KUMA-Trailer (2) können wir erkennen, wie stark zeitgeschichtlich Frame und Feindbild im Grunde für Werbezwecke für den Krieg gegen das "kulturell Minderwertige" eingesetzt werden. Es ist ein Wandel vom arabischen zum asiatischen Feind hin zu erwarten bzw. schon im Gange.

Die Jugend ist ein beliebtes Ziel subtiler Kriegspropaganda: Zum einen wird sie als potentieller Nachwuchs umworben und so dringen nicht nur Jugendoffiziere in den Schulunterricht ein, sondern es gibt vielfältiges Propagandamaterial wie etwa die Schülerbroschüre „Frieden und Sicherheit“, die ganz subtil für Kriegseinsätze auch und gerade im Ausland wirbt. Zum anderen ist die nachhaltige Normalisierung ein wichtiges Ziel vielfältiger PR-Strategien rund ums Militär. Dazu wird auch die

1) Bildschirmausdruck

2) Ein **Trailer** ist ein aus einigen Filmszenen zusammengesetzter Clip zum Bewerben eines Kino- oder Fernsehfilms, eines Computerspiels oder einer anderen Veröffentlichung; **KUMA**, LLC. ist der Weltführer auf dem neuen Markt für Episodische Videospiele

Filmindustrie eingespannt, wie Michael Schulze von Glaßer in der Jungen Welt am 6.12.2010 in einem ausführlichen Beitrag unter dem Titel „Auftrag: Rückhalt schaffen“ darlegte.

Zur Gewöhnung trägt auch die Mode bei und das sich auch in der Friedensbewegung ausbreitende Design Camouflage (3). Man schlage einen beliebigen Bestellkatalog auf und staune!

Medien als Vehikel

Ohne Medien ist es nicht möglich, Zustimmung für einen Krieg zu erzeugen. Auch unfreiwillig können Medienschaffende zum Vervielfältiger einer Stimmungs-Mobilisierung werden angesichts immer knapperer Recherchezeiten und dem erstarken der Fünften Gewalt, der Lobbyarbeit und Public Relations. Allerdings gibt es auch Beispiele für die freiwillige Unterwerfung, wie dieses Johannes B. Kerner als Begleiter des Guttenberg -PR-Pärchens in Afghanistan demonstriert.

Er schafft damit eine neue Kategorie: Der embedded(4) Talkmaster!

Dieser teilweise als „Scoop“(5) gefeierte PR-Coup für den Kriegseinsatz ist natürlich leichter durchschaubar, als das Phänomen, das Mathias Kepplinger „instrumentelle Aktualisierung“ nennt. Es beschreibt das Wirkungspotential, wenn auf bestimmte Sachverhalte und ausgewählte Probleme gezeigt wird und auf andere nicht – so kann gezielt Aufmerksamkeit gesteuert werden. 2002 etwa war im Irak nichts anders als im Jahre 2000 – außer, dass George Bush angefangen hatte darüber zu reden. Und alle – auch die Friedensbewegung – ist diesem Agenda-Setting von ganz oben gefolgt. Zu einer gelingenden PR gehört nämlich immer auch eine Gegenstimme, damit der Diskurs nicht im Sande verläuft oder stagniert, sprich keine Aufmerksamkeit mehr erhalten würde. So ist es etwa in den

3) „**Camouflage**“ - frz. „Irreführung, Täuschung, Tarnung“

4) **embedded** - *Einbettung* im Journalismus

5) „**Scoop**“ - exklusive Meldung im Journalismus

letzten Jahren gelungen, durch vielfache Thematisierung Warnungen vor möglichen iranischen Atomwaffen in den Raum zu stellen, während man gleichzeitig selbst bereits einen Atomkrieg führt – den mit Uranmunition zur Härtung von Geschossen, ein Niedrigstrahler mit toxischer Wirkung und genschädigendem Potential, sobald er in den Körper gelangt: Ein Thema, das 2001 aus den Medien zu verschwinden hatte (message 1/2008 Schiffer und Wagner) und auch heute nur selten und von Wenigen Erwähnung findet, obwohl inzwischen die Opfer juristisch anerkannt wurden.

(<http://www.medienverantwortung.de/unsere-themen/informationsportale/du-munition-atomwaffen-mit-anderen-namen/>)

Da die Aufmerksamkeit des Menschen begrenzt ist, kann man durch aufmerksamkeitsökonomische Maßnahmen auf die Wahrnehmung der Bevölkerung starken Einfluss nehmen: etwa mit bezahlter PR, um eine Schweinegrippe täglich zu beschwören, auch ohne Neuigkeit für Skandal und für Impfbereitschaft zu sorgen. Umgekehrt gelingt es, eigentlich relevante Themen oder Aspekte auszublenden. Einige wenige Beispiele, die vom Potential der Verzerrungen zeugen, sind etwa das fast völlige Fehlen von Kriegsbildern aus Afghanistan (dank des sog. embedded journalism), die fehlende Wissensvermittlung um die Weltwirtschaftsstrukturen, die einen „modernen Kolonialismus“ begründen, das Faktum dass Osama bin Laden nach wie vor nicht wegen der Anschläge vom 11. September 2001 auf der FBI-Fahndungsliste steht, sowie dass die Hintermänner der sog. Islamistischen Anschläge in Deutschland und Europa, denen Geheimdienstkontakte nachgewiesen wurden, nicht mit angeklagt werden, ja überhaupt, dass die Wahrnehmung dieser Anschläge überproportional viel größer ist als die der zahlenmäßig viel größeren Menge von anderen Terroranschlägen (vgl. z.B. Europol-Statistiken).

Die politische wie mediale Konstruiertheit der Vorstellung vom Weltgeschehen wird hier deutlich. Dies ist sowohl Produkt von Missverständnissen als auch Produkt gelenkter Kommunikation mit vielen unkritischen Kolporteurs, wie dies Jörg Becker und Mira Beham in ihrem Buch „Operation Balkan – Werbung für Krieg und Tod“ am Beispiel der Arbeit von PR-Agenturen bezüglich des Balkan-Krieges exemplarisch nachweisen.

Kiplings „White man’s burden“ (6) – Neuauflage

Und während das im NATO-Krieg auf dem Balkan in den 1990er Jahren eingeführte „humanitäre Argument“ im Grunde unverändert geblieben ist, nur seine Facetten ändert, wirkt es bis heute auf die Wahrnehmung der Kriege im Ausland nach: Zunächst galt es unter dem Slogan von Alt-68er Joschka Fischer, „Nie wieder Auschwitz!“, Minderheiten zu schützen und dieser vorgeschobene Grund nimmt auch heute noch einen Großteil der Argumentation für Kriegseinsätze ein: In Afghanistan muss angeblich die (islamische) Frau befreit oder zumindest geschützt werden. Das Feindbild Islam, Muslim, Taliban wurde über Jahrzehnte aufgebaut und dessen emotionale Früchte können nun geerntet werden. Im kollektiven Bewusstsein „des Westens“ dürften die Bilder, die Jack Shaheen in seinem Hollywood-Dokumentarfilm „Reel bad Arab“ zusammenträgt, präsent sein – ebenso wie das Konzept „Frau im Islam“, das Betty Mahmoody mittels Buch und Film „Nicht ohne meine Tochter“ nachhaltig implementiert hat. Während also Frauenmörder in Brasilien und Ecuador weiterhin weitestgehend straffrei ausgehen, hat man sich auf die Befreiung ausschließlich der muslimischen Frau verlegt – aber kein Strategie würde davor zurückschrecken, auch die Frauen Lateinamerikas als Interventionsgrund zu instrumentalisieren. Gerade der Feminismus als Fortschrittsmetapher kann hier weidlich zu ganz anderen Zwe-

6) „White man’s burden“ - auf die USA gemünztes Gedicht Rudyard Kiplings

cken ausgeschlachtet werden, wie aktuelle Diskussionen über „das Kopftuch“ demonstrieren.

Und beim Anknüpfen an eine fiktionale, stark verallgemeinerte Kategorie „Frau in Afghanistan/im Islam“, handelt es sich im Grunde um ein Ausschöpfen eines „feministischen Spins“ (7). Dieser ist darum so effektiv, weil Feminismus quasi als modern und fortschrittlich per se gilt und man mit einer Äußerung in dieser Richtung sich immer einer breiten Anerkennung sicher sein kann. Das inzwischen veröffentlichte Geheimpapier der CIA, „Red Cell Paper“ (8), bestätigt diese Analyse und wirft einen Schatten auf die anstehende Propagandaschlacht, wenn die apathische Ablehnung des Krieges in aktiven Widerstand münden sollte. Zielgruppe dieser perfiden Strategie sind Menschen mit einer ausgeprägten Empathiefähigkeit (9). Das Mitgefühl besonders für die Schwachen, die Frauen, wird schon lange entsprechend ausgenutzt – um die Frauen geht es jedoch nicht wirklich, wie etwa Malalay Joya moniert.

Wie wollen wir es nennen?

Eine zentrale Frage der Public Relations ist die der Bezeichnung eines Sachverhalts, denn mit der richtigen Benennung ist viel gewonnen in Bezug auf die erwartete Zustimmung oder Ablehnung – darum wurde etwa auch der Einfall in Afghanistan,

7) „**Spins**“ - Verdrehungen

8) Ein Dokument der CIA mit dem Vermerk „vertraulich / nicht für ausländische Augen“, das auf der Wikileaks-Webseite veröffentlicht wurde, empfiehlt Strategien, um die öffentliche Meinung in Europa zu manipulieren, insbesondere in Frankreich und Deutschland

9) „**Empathiefähigkeit**“ - erlernbare bzw. trainierbare Kompetenz. Der Begriff Empathie bezeichnet zum einen die Fähigkeit, Gedanken, Emotionen, Absichten und Persönlichkeitsmerkmale eines anderen Menschen oder eines Tieres nachempfindend zu erkennen und zum anderen die eigene Reaktion auf die Gefühle Anderer wie zum Beispiel Mitleid, Trauer, Schmerz oder Hilfsimpuls

der zunächst „Infinite Justice“ (10) hieß, auf „Enduring Freedom“ umgetauft. Das klingt positiver und viel weniger nach Rache und genau diesen Eindruck wollte man nach den Anschlägen vom 11. September 2001 vermeiden, die den Anlass für den lange vorbereiteten und bereits eingeleiteten US-Angriff auf Afghanistan boten – der nachträglich durch ein UN-Mandat (vermeintlich) legitimiert wurde. Und soviel hätte es mit „Justice“ dann nun wirklich nicht zu tun, wenn – wie bereits erwähnt – nicht einmal Osama bin Laden und auch sonst niemand in Afghanistan wegen 9/11 gesucht wird.

Manchmal scheint der Journalismus gar den Spin-Doktoren (11) und PR-Strategen voraus zu sein, etwa wenn von „EU-Kriegsschiffen“ (anlässlich der sog. Piratenbekämpfung „Atalanta“) die Rede ist, lange bevor das entsprechende Ressort bei der EU geschaffen wurde, das übrigens zwei divergente Bereiche zueinander zwingt: Außen- und Militärpolitik. Entlarvend eigentlich, aber kaum irgendwo in der Medienlandschaft eine kommentierende Zeile wert. Die hier beobachtete Art vorauseilender Gehorsam entspricht dem Verhalten einiger Nachrichtenredakteure der Öffentlich-Rechtlichen, wie Walter van Rossum sie in seiner Kritik „Die Tagesshow“ anschaulich beschreibt.

Auch Formulierungen wie „die NATO spricht mit Russland“ erheben nicht nur ein ehemaliges Zweckbündnis wie die NATO in den Status eines politisch Handelnden, sondern grammatikalisch gleichzeitig in den eines Agens (12). Das Patiens (13) in dieser syntaktischen Konstruktion ist also Russland. Derlei vermeintlich vernachlässigbare Benennungspraktiken ver-

10) „**Infinite Justice**“ - Die Operation Infinite Justice (deutsch: *unendliche Gerechtigkeit*) war eine geplante militärische Vergeltungsaktion vom Verteidigungsministerium der Vereinigten Staaten als Antwort auf die Terroranschläge am 11. September 2001 auf das World Trade Center und das Pentagon.

11) „**Spin-Doktoren**“ - hochbezahlte Manipulatoren in PR-Agenturen

12) **Agens** (lateinisch „das Tuende“), in der Philosophie die verursachende Kraft

13) **Patiens** (von lateinisch *pati* „leiden“) bezeichnet in der Linguistik die semantische Rolle, die nicht aktiv handelt, sondern etwas erleidet

schleiern, dass sich „die NATO“ von einer (Hilfs-)Exekutive zu einem politischen Akteur aufgeschwungen hat und zudem noch den Nachweis seiner Existenzberechtigung nach der Auflösung des Warschauer Paktes schuldig geblieben ist. Dass der sog. „Krieg gegen den Terror“ hier das probate Mittel zum Zweck zu sein scheint, wird vielen langsam klar – trotz der breiten medialen Stützung des Kriegskurses.

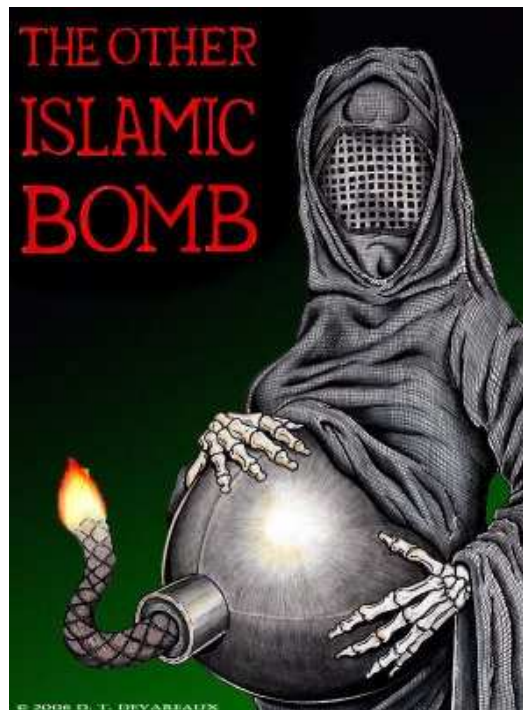
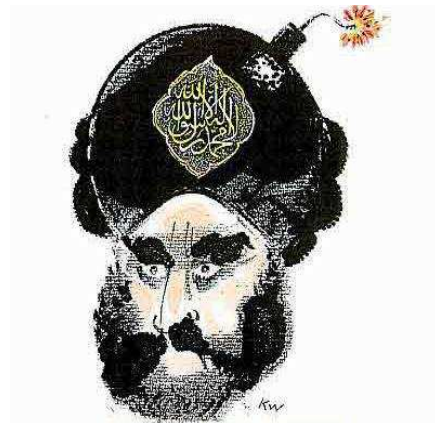
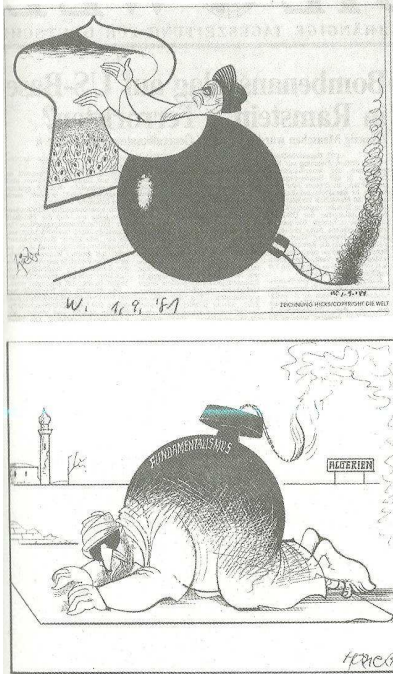
Metaphern für den Krieg

Wenn eine schlimme Krankheit Ihre (nackte) Existenz bedroht, was tun Sie dann? Es würde wohl als ziemlich unvernünftig erachtet, beispielsweise ein „Krebsgeschwür“ zu nähren und eventuell „Metastasenbildung“ in Kauf zu nehmen. In Bezug auf Islam und Islamismus ist auch von „Ansteckungsgefahr“ oder „geringen Heilungschancen“ die Rede. Nun, die implizite Logik dieses Sprachgebrauchs ist die des Selbstschutzes – durch „Behandlung“ des lebensgefährlichen Übels, ja evtl. durch eine „radikale Operation“.

Ein Verteidigungsmythos kann so implementiert werden (vgl. George Lakoff „Metaphor and War“ bzw. „Metaphors we live by“).

Auch die Bildsymbolik der bereits gezündeten Bombe gehört in diesen Bereich der suggestiven Nahelegung von Schlussfolgerungen. Die hat Jürgen Link bereits für die Illustrierung eines „irrationalen“ bis „gefährlichen“ Ayatollah Khomeini beschrieben (u. a. im Buch „Mediale Barrieren – Rassismus als Integrationshindernis“ von Siegfried Jäger und Dirk Halm) und die hier zugrunde liegende Kollektivsymbolik wird bis heute effektiv ausgeschöpft. Erinnerung sei an den Bombenkopf Kurt Westergaards, für den er nun noch von Angela Merkel auf dem Kongress M100, für den Lord Weidenfeld verantwortlich zeichnet, geehrt wurde. Und auch die folgende Grafik eines belgischen Künstlers aus dem islamophoben Teil des Internets schöpft die

gleiche suggestive Bildsprache aus – hier die der „demographischen Bombe“:

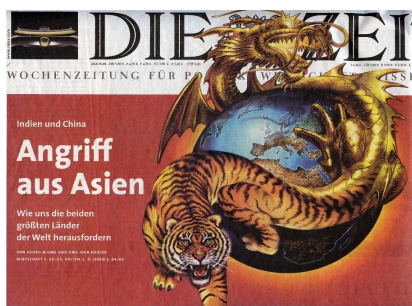


Bildlich wird hier das Konzept eines „Kulturkampfes“, dem Huntington nur seinen Namen gab und das in Wirklichkeit das

Produkt aus diversen Think-Tanks ist, deutlich. Dazu wird gezielt religiöse Symbolik eingesetzt und so eine religiös definierte Gruppe markiert – hier verschleierte Frau, Mohammedkopf und arabische Schrift, sonst auch gerne Moschee- oder Gebetsbilder. Den Schwenk von Richard Pipes, der für das antikomunistische Feindbild lange Jahre zuständig war, hin zu seinem Sohn, Daniel Pipes, nachzuvollziehen ist in diesem Zusammenhang aufschlussreich (Mideastforum) (14).

Der hier ausschöpfbare kulturelle Rassismus – also eine verbreitete Ablehnungshaltung gegenüber Islam und Muslimen – verlagert sich aber bereits sichtbar auf eine andere Kultur, China bzw. die zukünftigen asiatischen Weltmächte.

Der Asiate trachtet nach „unseren Rohstoffen“, wie es das Weißbuch der Bundeswehr von 2006 und wohl auch Horst Köhler formulieren würden.



(Zeit 2006)



(Spiegel special Juli 2006)

Und während die Präsidentennachfolge relativ viel Raum in unseren öffentlichen Debatten und Medien aller Art einnahm,

14) „**Mideastforum**“ - Das Middle East Forum „definiert und fördert amerikanischen Interessen im Nahen Osten zum Schutz der aus dem Nahen Osten bedrohten verfassungsmäßigen Ordnung“!!!

blieben die Bundestagsabgeordneten, die für die verfassungswidrigen Kriegseinsätze gestimmt haben, ungeschoren. Hier haben auch die neuen Medien bzw. ihre Nutzer versagt. Denn die Nachfolge war tagelang Thema bei Twitter & Co. statt die viel relevantere Frage bzw. Rücktrittforderung aller Zustimmung zu stellen.

Die Metapher des neoliberalen Menschenbildes

Der Inbegriff der Menschenverachtung ist nicht nur das Abprechen der Menschenrechte, nämlich die Würde für alle, gegenüber anderen Kulturen, sondern das Bemessen aller Menschen nach ihrem (wirtschaftlichen) Nutzen. Während im „Ausländerdiskurs“ fast wie selbstverständlich von „Bringschuld“, „Leisten müssen“ und dem Abwägen der „Kosten“ versus dem „Nutzen“ der Migration die Rede ist, überträgt sich diese Denkweise längst auch auf Hartz IV-Empfänger, Alte, Behinderte und schließlich auf uns alle. Das widerspricht dem Menschenbild der UNO-Charta, die jedem ohne Vorleistung das Recht auf Leben und die Menschenwürde zuspricht. Wer aber gewohnt ist, Menschenleben wie Handlungen nach dem Kosten-Nutzen-Kalkül auszurichten und nicht nach dem sozialen Menschenbild, ist auch eher bereit für gewisse Vorteile in den Krieg zu ziehen – auch wenn diese nur vorgegaukelt werden und anders viel leichter zu haben wären.



Institut für Medienverantwortung

Aus der Arbeit des Instituts (Auszug aus der Homepage)

Manipulation durch Sprache

Nach dem Vorbild von George Orwells "Newspeak" (1984) beginnen wir hier mit einer Aufstellung von Begriffen, die im öffentlichen Diskurs entweder umgedeutet oder eigens kreiert wurden, um unpopuläre politische Interessen zu verschleiern und die Bürger gezielt zu manipulieren. Dazu ist keine Diktatur erforderlich, wie Victor Klemperers Beobachtungen der Sprachoperationen im Dritten Reich nahe legen könnten. Wir können es täglich beobachten?

Neusprech	Bedeutung	Kommentar
Eingriffskräfte/Einsatzkräfte	= Angriffsarmee	
Einsatzlage	= Krieg (in Afghanistan)	
Eliteförderung	= Bildungsabbau	
Flexibilität, Deregulierung	= Aufgabe sicherer Arbeitsverhältnisse	der suggerierte "Befreiungsschlag" nützt nur den Unternehmern bzw. den Renditenehmern
freie Marktwirtschaft	= Großkonzern-diktatur bzw. Börsendiktatur	
Friedensoperation, Friedensmission	= Krieg	
global Governance	= antidemokratische zentrale Weltregirung	
harmonisieren	= gleichschalten	z.B. im Zuge der europäischen Harmonisierung...
humanitäre Intervention	= Krieg bzw. Ressourcensicherung	
Liquidierung	Hinrichtung ohne Prüfung von Schuld	
Politikberater	= Lobbyist	
Rebellenhochburg	= legales Kriegsziel	z.B. die dicht bevölkerte Stadt Falluja
umstrittene Verhörmethoden	= Folter	