

Diplomarbeit

Politainment als Ursache für die Reduktion von Objektivität
in der Kriegsberichterstattung. Eine Vergleichsanalyse
des politischen und journalistischen Einflusses
auf Objektivitätskriterien in den USA und Europa.

an der Fachhochschule St. Pölten

Ausgeführt zum Zweck der Erlangung des akademischen Grades
Mag. (FH) für wirtschaftswissenschaftliche Berufe
am Fachhochschul-Diplomstudiengang Medienmanagement St. Pölten

von:

Tamara Renner
mm0210088058

Begutachter:

Dr. Kati Förster

Zweitbegutachter:

Markus Wiemker, M.A.

St. Pölten, am

Ich versichere, dass

- ich diese Diplomarbeit selbständig verfasst, andere als die angegebenen Quellen und Hilfsmittel nicht benutzt und mich auch sonst keiner unerlaubten Hilfe bedient habe.
- ich dieses Diplomarbeitsthema bisher weder im Inland noch im Ausland einem Begutachter/ einer Begutachterin zur Beurteilung oder in irgendeiner Form als Prüfungsarbeit vorgelegt habe.

Diese Arbeit stimmt mit der vom Begutachter beurteilten Arbeit überein.

.....
Ort, Datum

.....
Unterschrift

.

Für meine Eltern Anna und Walter Renner, meine Schwester Manuela und meinen
Freund Jürgen.

Zusammenfassung

Der ungehinderte Zugang zur Information mit Hilfe der Massenmedien hat nicht nur die Arbeit der Journalisten und die Rezeption der Zuschauer verändert, sondern diesen Informationskanal für die Politik interessant gemacht. Die Machtausübung und die Manipulationsmöglichkeiten mit Hilfe der Massenmedien bzw. in diesem speziellen Fall des Fernsehens, werden besonders im Rahmen der Kriegsberichterstattung deutlich.

Durch die Ausnahmesituation Krieg werden nicht nur der enorme politische Einfluss auf TV-Stationen, die veränderten Informationsbedürfnisse der Rezipienten oder die journalistischen Einflüsse auf die Nachricht transparenter. Ein emotionales Arbeitsumfeld wie im Krieg macht den eigentlichen Verlust der Information und somit die sukzessive Reduktion der Objektivität erkennbar.

Die Verfasserin konzentriert sich in der vorliegenden Arbeit auf die Objektivitätsreduktion in der Kriegsberichterstattung. Durch den Aufbau eines Spannungsfeldes, welches drei der wichtigsten Faktoren der Objektivitätsreduktion näher beschreibt: die Politik, den Rezipienten und den Journalisten, wird die Basis für die Objektivitätsdiskussion geschaffen.

Anhand eines Nachrichtenvergleiches zwischen einer CNN und einer ORF Nachricht zum Thema „3 Jahre nach Beginn der Invasion im Irak“, werden weitere etwaige Unterschiede zwischen amerikanischen und europäischen Medien herausgearbeitet.

Zudem werden die theoretischen Ausführungen durch Exklusivinterviews mit Antonia Rados, Journalistin bei RTL und Kriegsberichterstatterin im Irak, sowie Karim El-Gawhary, Auslandskorrespondent des ORF und ebenfalls im Irak stationiert, untermauert.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es herauszufinden in wiefern Objektivität durch die behandelten Einflussfaktoren reduziert werden kann bzw. ob vollkommene Objektivität in der Kriegsberichterstattung überhaupt erreichbar ist.

Abstract

The unimpeded access to information of the massmedia has not just changed the work of journalists and the reception of the viewers but has also made this information channel more interesting to the mediation of political information. The massmedia's influence and opportunity to manipulate, especially via TV, is clearly reflected in the field of war journalism.

As a result of the very emotinal working situation for war journalists the current trends in news journalism - an enormous political influence on TV-Stations, the permanently changing information-needs of the recipients as well as the journalistic influence on the news – get more transparent. These factors of influence favour the lack of information in our news as well as the permanent reduction of objectivity.

Therefore the author concentrates on the reduction of objectivity in war journalism. The focus on the three most important factors - politics, the recipients and the journalists - will build the basis for the discussion about objectivity.

To examine the practical side of the objectivity problem the author provides a comparative analysis of a CNN and ORF news broadcast about the situation in Iraq three years after the invasion. In relation to these possible differences between American and European news will be developed.

The theoretical information is also going to be supported by exclusive interviews with Antonia Rados, journalist with RTL and war correspondent in Iraq as well as Karim El-Gawhary, foreign journalist with ORF and also war correspondent in Iraq.

The aim of this work is to identify the intensity of the reduction of objectivity through the handled factors of influence as well as to answer the question whether it is possible to achive total objectivity in war journalism.

INHALTSVERZEICHNIS

<u>1. DER KRIEG IN 0 UND 1</u>	1
1.1. FORSCHUNGSFRAGEN.....	5
1.2. BEGRIFFSABGRENZUNG	6
<u>2. KRIEGSNACHRICHTEN IM SPANNUNGSFELD EXTERNER BEEINFLUSSUNG</u>	8
2.1. EINFLUSSFAKTOREN AUF DIE KRIEGSNACHRICHTEN	8
2.2. DIMENSIONEN DER KRIEGSBERICHTERSTATTUNG NACH MANGOLD UND ULTZSCH..	12
2.3. „ENTERTAINISIERUNG“ VON KRIEGSNACHRICHTEN	15
2.3.1. INFOTAINMENT	17
2.3.2. DER „FEEL-GOOD-EFFEKT“	19
2.3.3. „ENTERTAINISIERUNG“ ALS URSACHE FÜR INFORMATIONSDREDUKTION.....	20
2.4. SCHWERPUNKT 1: MEDIALE STEUERUNG DURCH DIE POLITIK	23
2.4.1. DIE POLITISCHE FUNKTION DER MASSENMEDIEN.....	23
2.4.2. FERNSEHEN ALS PLATTFORM FÜR KRIEGSPROPAGANDA	27
2.4.3. FORMEN DER ZENSUR	30
2.4.4. „EMBEDDED JOURNALISTS“ ALS POLITISCHES UND MILITÄRISCHES KONTROLLORGAN.....	32
2.4.5. DER POLITISCHE EINFLUSS AUF TV-STATIONEN IM NATIONENVERGLEICH	35
2.4.5.1. FALLBEISPIEL 1: CNN ALS INSTRUMENT DER POLITIK.....	35
2.4.5.2. FALLBEISPIEL 2: DER POLITISCHE EINFLUSS AUF DIE GREMIEN DES ORF	39
2.4.6. FAZIT: ZIELE POLITISCHER INTERVENTION IN DER KRIEGSBERICHTERSTATTUNG ..	41
2.5. SCHWERPUNKT 2: MEDIALE STEUERUNG DURCH DEN REZIPIENTEN.....	42
2.5.1. DIE BESTIMMUNG DES NACHRICHTENINHALTS DURCH DEN REZIPIENTEN	43
2.5.1.1. THEMENKOMPLEXITÄT	44
2.5.1.2. INTERESSEN VON POLITIK UND WIRTSCHAFT	44
2.5.1.3. KONKURRENZSITUATION.....	45
2.5.1.4. BOULEVARDISIERUNG DER NACHRICHTEN	45

2.5.1.5. INFORMATIONEN VON PR AGENTUREN.....	45
2.5.1.6. VISUALISIERBARKEIT	46
2.5.1.7. PERSONALISIERUNG.....	46
2.5.1.8. SCHLÜSSELWÖRTER	46
2.5.2. DIE INSZENIERUNG DER NACHRICHTEN NACH DEN BEDÜRFNISSEN DER REZIPIENTEN.....	47

3. DER OBJEKTIVITÄTSFAKTOR IN DEN KRIEGSNACHRICHTEN50

3.1. VOM EREIGNIS ZUR NACHRICHT	50
3.2. DER NACHRICHTENWERT EINES EREIGNISSES.....	52
3.2.1. DIE GATEKEEPER-THEORIE	53
3.2.2. DIE NEWS-BIAS-THEORIE	53
3.2.3. DIE NACHRICHTENWERTTHEORIE	54
3.2.3.1. NACHRICHTENFAKTOREN NACH ÖSTGAARD.....	54
3.2.3.2. NACHRICHTENFAKTOREN NACH GALTUNG UND RUGE.....	55
3.2.3.3. NACHRICHTENFAKTOREN NACH SCHULZ	58
3.3. MODELLE DER NACHRICHTENSELEKTION	59
3.4. FUNKTIONEN VON NACHRICHTEN	61
3.5. DAS THEORETISCHE OBJEKTIVITÄTSMODELL	63
3.5.1. FORMEN VON OBJEKTIVITÄT	63
3.5.1.1. INNERE UND ÄUßERE OBJEKTIVITÄT.....	63
3.5.1.2. ADDITIVE UND REDUKTIVE OBJEKTIVITÄT	64
3.5.1.3. SUBJEKTBEZOGENE UND OBJEKTBEZOGENE OBJEKTIVITÄT	64
3.5.1.4. MEDIENOBJEKTIVITÄT UND JOURNALISTISCHE OBJEKTIVITÄT	64
3.6. KRITERIEN DER OBJEKTIVITÄT	65
3.6.1. RELEVANZ.....	66
3.6.2. RICHTIGKEIT	67
3.6.3. SACHLICHKEIT	68
3.6.4. AUSGEWOGENHEIT	69
3.6.5. VIELFALT.....	69
3.6.6. TRANSPARENZ.....	70
3.7. FAKTOREN DER OBJEKTIVITÄTSREDUKTION IN DER KRIEGSBERICHTERSTATTUNG .	72

3.8. OBJEKTIVITÄT IN DER PRAXIS: FALLBEISPIEL CNN UND ORF – SPOTVERGLEICH..	75
3.8.1. DER AUFBAU DER NACHRICHT	76
3.8.2. DIE INTERVIEWSITUATION	76
3.8.3. DIE INHALTLICHE AUFBEREITUNG	78
3.8.4. FAKTOREN DER ENTERTAINISIERUNG.....	81
3.8.5. DIE AUSPRÄGUNG DER OBJEKTIVITÄT.....	83
3.8.6. OBJEKTIVITÄTSMBEWERTUNG.....	87
<u>4. OBJEKTIVITÄT: QUOTENENTSCHEIDUNG ODER POLITISCHE TAKTIK ..</u>	<u>89</u>
<u>5. LITERATURVERZEICHNIS.....</u>	<u>90</u>
<u>6. ABBILDUNGSVERZEICHNIS</u>	<u>106</u>
<u>7. ANHANG</u>	<u>107</u>

1. Der Krieg in 0 und 1

*„Moderne Kriege werden an zwei Fronten geführt:
Auf dem Schlachtfeld und in den Medien“.¹*

Die Wandlung der Kriegsberichterstattung vom Krieg in der Ferne zum Live-Krieg im Wohnzimmer der Rezipienten wurde in den letzten Jahrzehnten geprägt. Die Informationsvermittlung per TV hat die Medienlandschaft nicht nur revolutioniert, sondern gleichzeitig eine Verschiebung des Kräfteverhältnisses zwischen Medien, Politik und Rezipient bewirkt, welche anhand von drei Fallbeispielen beschrieben werden kann: dem Vietnamkrieg von 1946 bis 1975, dem ersten Golfkrieg von 1990 bis 1991 sowie dem Irakkrieg 2003, der nach wie vor andauert.

Der Vietnamkrieg, meist als „uncensored war“ bezeichnet, hat die amerikanische Politik und auch Geschichte nicht zuletzt durch die Live-Berichterstattung des Fernsehens geprägt. Es war ein Krieg in dem die Berichterstatter weder mit Zensur noch mit staatlicher Kontrolle zu kämpfen hatten, was auch regierungskritische Berichte zur Folge hatte. Zum ersten Mal in der Geschichte des Fernsehens wurde ein Medium benutzt um die Bevölkerung, allen voran die amerikanische, für einen Krieg einzuschwören. Um dieses Ziel zu erreichen griff man bereits damals auf patriotische und unterhaltende Berichterstattung zurück, die wenig mit tatsächlicher Information für den Rezipienten zu tun hatte. *„Die Masse der Berichterstattung über diesen Krieg .. war für den Zuschauer ohnehin schwer zu verstehen, da keine wirklichen Informationsgehalte vermittelt wurden“.²*

Dennoch haben Live-Übertragungen die öffentliche Meinung über den Krieg geprägt. Der Rezipient bekam durch Live-Berichte einerseits das Gefühl hautnah dabei und gut informiert zu sein, wurde allerdings durch die fehlende Zensur und gezielte Auswahl von Bildern und Inhalten schnell mit den grausamen Tatsachen des Krieges überfordert. Zu Beginn des Krieges dominierte der „Reiz“ am Neuen,

¹ Vgl. Höhne/Ruß-Mohl 2004, S. 11

² Vgl. Albrecht/Becker 2002, S. 50

der ernste Hintergrund wurde teils bewusst von den TV-Anstalten in den Hintergrund gerückt. „... *Landende Hubschrauber, hohe Gräser, die durch den Wind hin und her schwanken, dazu schussbereite Soldaten und ab und zu Rauchsäulen, die stets einem brennenden Munitionslager der Vietkongs zugeordnet wurden, konstituierten eine an Kinofilme erinnernde Realität ...*“.³

Mit dem sinkenden militärischen Erfolg der amerikanischen Truppen sank allerdings auch das Interesse an den Live-Bildern vom Schlachtfeld in Vietnam. TV-Anstalten wandelten sich schnell vom Kriegsunterstützer zum Kriegsgegner und sympathisierten mit der öffentlichen Meinung. Die Politik musste erkennen, dass es zu diesem Zeitpunkt für staatliche Kontrolle der Berichterstattung zu spät war und das neue Massenmedium Fernsehen eine Eigendynamik entwickelt hatte. Kritische Berichte über die amerikanische Politik im Vietnamkrieg prasselten unzensuriert auf die breite Öffentlichkeit ein, wodurch die Unterstützung für den Krieg im eigenen Land auf den Nullpunkt sank. Boven beschreibt die mediale Problematik im Vietnamkrieg wie folgt:

*„Vietnam war der erste Fernsehkrieg der Geschichte und niemand hatte Erfahrung in diesem Zusammenhang im Umgang mit dem noch relativ neuen Medium und seiner Wirkung als Massenkommunikationsmittel: weder die Regierung, noch die Medienmacher selbst, noch die Bevölkerung“.*⁴

Im Golfkrieg 1991 war die politische Weltöffentlichkeit bereits auf die Macht des Massenkommunikationsmittels Fernsehen vorbereitet. „George Bush hatte es eindeutig geäußert: *„Es wird kein zweites Vietnam geben!“ ... Das bedeutet: kompromisslose Zensur und nur Weitergabe von gefilterten Informationen*“.⁵ Mit Hilfe des „Pool Systems“ kontrollierte die amerikanische Regierung den Informationsfluss. Als Vorgänger zu den „embedded journalists“, die George W. Bush jr. im Irakkrieg einsetzte, wurden Journalisten gelegentlich in das Militär eingegliedert, um von der Front berichten zu können. Dennoch war bereits damals die Verbindung der Journalisten mit dem Militär im Krieg umstritten. *„Das Pool*

³ Vgl. Albrecht/Becker 2002, S. 50

⁴ Vgl. Boven 4.1.2006, Verz. Nr. 1, Macht der Medien? – Vietnamkrieg, www.kommunicare.de/01_themen/011_kb/vietnam.htm

⁵ Vgl. Birkner 1993, S. 51

System ist im Grunde genommen nichts anderes, als eine eindeutig auf Militärinteressen ausgerichtete Informationssteuerung, da nur ausgewählte Gruppen .. bei militärischen Einsätzen (die mehr einem Truppenbesuch gleichkommen) dabei sein darf. Diese wurden von der Militärführung „abgecheckt“, d.h. auf Linientreue geprüft“.⁶

Diese Inszenierung der Berichte ist auch auf den Unterhaltungsdrang der Rezipienten zurückzuführen. *„Der Rezipient interessiert sich nicht mehr für die Nachricht in Form von reiner Information, er will vielmehr unterhalten werden, selbst um den Preis der Qualität“.⁷*

Hinter den Kulissen gab es in diesem Krieg allerdings vor allem einen Verlierer: die Journalisten. Sie mussten sich den Zensurbestimmungen der US-Regierung beugen und patriotisch berichten. *„Wer es zu diesem Zeitpunkt noch wagte, eine kritische Kolumne gegen den bevorstehenden Krieg zu schreiben, wurde entweder fristlos entlassen oder zu einem Erholungsurlaub in die Ferien geschickt“.⁸*

In Medienkreisen wurde außerdem behauptet, dass CNN, aus medialer Sicht, den Krieg dominierte. Aufgrund knapper personeller und finanzieller Kapazitäten der kleineren TV-Stationen Europas und den USA, waren diese zum Großteil von Informationen CNNs abhängig. Hinzu kamen Zensurmaßnahmen der USA, die amerikanische Medien aufgrund ihrer patriotischen Berichterstattung bevorzugten, allen voran CNN, das für eine regierungsnahen Linie bekannt war bzw. ist.

Dennoch waren für die regierungsnahen Berichterstattung der US TV-Stationen im Golfkrieg nicht nur patriotische Gründe ausschlaggebend. Auf diesen Aspekt wird die Verfasserin zu einem späteren Zeitpunkt zu sprechen kommen.

Betrachtet man die Berichterstattung aus dem Golfkrieg 1991 wird besonders deutlich, dass vor allem die USA mit aller Kraft versuchten, die freie Presse, die der Regierung im Vietnamkrieg zum Verhängnis wurde, zu unterbinden. Tatsache ist dennoch, dass mit dieser restriktiven Zensur und Kontrolle das Problem der objektiven und freien Berichterstattung im Krieg nicht gelöst und vor allem der

⁶ Vgl. Schrader 2002, S. 51

⁷ Vgl. Birkner 1993, S. 37

⁸ Vgl. Meier/Schanne 1996, S. 150

Informationsauftrag für den Rezipienten vernachlässigt wurde. *„Obwohl das Fernsehen im Golfkrieg fast im Stundentakt .. Bilder und Meldungen lieferte .., blieb das Wissen der Bevölkerung vergleichsweise bescheiden. Schnellnachrichten ... scheinen keineswegs geeignet, die Zuschauer über die Komplexität eines Konfliktes aufzuklären. Vielmehr wird der Boulevardisierung der Information Vorschub geleistet“.*⁹

Im jüngsten „Medienkrieg“ – dem Irakkrieg - gehen die TV–Stationen mit Hilfe der Regierung noch einen Schritt weiter. „Embedded journalists“ werden in den Krieg geschickt um absolute Kontrolle über die Berichte gewährleisten zu können. Aufgrund der Nähe zu den militärischen Einheiten wird kritische und objektive Berichterstattung unmöglich. Viele Experten befürchten, dass durch dieses System eine *„Mehrklassengesellschaft unter den Journalisten in der Krisenregion“*¹⁰ geschaffen wird.

Zudem wurde dem Unterhaltungsfaktor in Kriegsnachrichten ein noch größerer Stellenwert beigemessen. *„Journalists will also be tempted to simplify stories, in order not to bother readers with details, and to capture the public’s attention with catchy stories. They will ask what, when, how, by whom, but they will rarely ask why“.*¹¹

TV-Stationen versuchen mit aufwendigen Grafiken und Experteninterviews von der Tatsache abzulenken, dass einerseits kaum Information zu den Journalisten durchdringt und andererseits sowohl die amerikanische als auch die irakische Regierung durch Zensurmaßnahmen die Arbeit der Journalisten maßgeblich behindert. Dies gelingt ihnen auch insofern, als Journalisten und TV-Stationen das Publikum Jahrzehnte in Sachen Kriegsberichterstattung zum Desinteresse an tatsächlicher Information „erzogen“ haben. TV-Stationen haben, in

⁹ Vgl. Meiner/Schanne 1996, S. 155

¹⁰ Vgl. Tagesschau, 12.5.2003, Verz. Nr. 2, Journalisten fordern freie Berichterstattung, http://www.tagesschau.de/aktuell/meldungen/0,1185,OID1654542_TYP6_THE1651278_NAV_REF_BAB,00.html

¹¹ Vgl. Edmund Rice Center for Justice and Community Education, 19.12.2003, Verz. Nr. 3, On the home front: Reporting the war in Iraq, www.erc.org.au/issues/pdf/rw03.pdf

Zusammenarbeit mit der Regierung, Kriegsnachrichten zur unterhaltsamen Show geformt und den Markt damit überschwemmt.

1.1. Forschungsfragen

Die Forschungsfragen wurden aufbauend auf das Spannungsfeld zwischen Politik, TV-Stationen und Rezipienten formuliert, die im Zuge dieser Arbeit diskutiert werden. Es wird des Weiteren die Problematik des Unterhaltungsfaktors in der Kriegsberichterstattung, sowie der Verlust der Objektivität im Rahmen der folgenden Forschungshypothesen behandelt.

- Je weniger Information und je mehr Entertainment in den Kriegsnachrichten enthalten ist, desto höher sind die Einschaltquoten.
- Je größer der Einfluss der Politik auf die TV-Anstalten, desto mehr wird die Berichterstattung zugunsten dieser gesteuert.
- Das „embedding system“ stellt eine systematische Beeinflussung der Objektivität der Kriegsberichterstattung dar. Embedded journalists sind nicht in der Lage unabhängig und objektiv zu berichten, da sie den Krieg aus nur einer Perspektive betrachten können.
- Je höher die Unterstützung seitens der TV-Stationen für einen Krieg, desto höher die Akzeptanz der Bevölkerung.
- Krieg ist eine Ausnahmesituation. Kriegsberichterstattung kann deshalb nie objektiv sein.
- Objektive Kriegsnachrichten und hohe Einschaltquoten widersprechen einander und können daher unmöglich gleichzeitig realisiert werden.

1.2. Begriffsabgrenzung

Die gesamte Arbeit baut auf dem Begriff der Objektivität bzw. der objektiven Nachricht und Kriegsberichterstattung auf. Nach der Brockhaus Enzyklopädie ist Objektivität der *„erkenntnistheoretische Begriff für überindividuelle, unabhängig vom einzelnen Subjekt bestehende Wahrheit eines bestimmten Gegenstandes (→ Objekt) oder Sachverhaltes .. [womit vor allem die] „Ausschaltung subjektiver Einflüsse (Sympathie, Aversion) und Wertneutralität ... angestrebt wird. Weiters heißt es, dass Objektivität „nur auf subjektive Weise festgestellt werden kann“.*¹²

Der Subjektivitätsfaktor setzt sich einerseits aus politischen und militärischen Einflüssen, andererseits aber auch aus der Arbeit der Journalisten zusammen. Der subjektive Einfluss seitens der Journalisten auf objektive Berichte ist bei der Nachrichtenauswahl besonders groß. *„Bereits die frühen Gatekeeper-Studien ... hatten gezeigt, dass bei der Nachrichtenauswahl der Journalisten deren subjektive Einstellungen eine Rolle spielen“.*¹³

Diese Hypothese wird weiters auch in einer Definition von Kriegsberichterstattung untermauert, wonach es heißt: *„... Art und Umfang der nichtamtlichen Kriegsberichterstattung hängen von der publizistischen Praxis, vom jeweiligen Medium und von den politischen und militärischen Umständen in den Krieg führenden Ländern ab“.*¹⁴

Es wird deutlich, dass Objektivität auch durch den politischen und militärischen Einfluss enorm eingeschränkt werden kann. *„Die publizistischen Freiheiten werden durch ausnahmerechtliche, besonders kriegsrechtliche Bestimmungen über die Bewegungsfreiheit der Kriegsberichterstatte und über die Zensur ihrer Arbeiten eingeschränkt ...“.*¹⁵

¹² Vgl. Brockhaus Enzyklopädie 1997, S. 107

¹³ Vgl. Noelle-Neumann 2002, S. 113

¹⁴ Vgl. Brockhaus Enzyklopädie 1997, S. 525

¹⁵ Vgl. Ebd. S. 525

In der vorliegenden Arbeit wird die Verfasserin demnach die Problematik der Einflussfaktoren auf die publizistische Objektivität in der Kriegsberichterstattung diskutieren.

Die gesamte Arbeit gliedert sich in zwei Abschnitte. Im ersten Teil werden die politische Einflussnahme sowie der Einfluss durch den Rezipienten auf die Nachrichteninhalten und deren Präsentation behandelt. Durch die Erörterung dieser Einflussfaktoren wird in die Problematik des Objektivitätsfaktors in Nachrichten eingeleitet.

Im zweiten Abschnitt beschreibt die Verfasserin die Objektivitätsproblematik im Detail. Der Entstehungsweg von Nachrichten wird auf Faktoren der Objektivitätsreduktion überprüft.

Die aufgestellten Thesen falsifiziert bzw. verifiziert die Verfasserin anhand von Exklusivinterviews mit Antonia Rados, Kriegsberichterstatterin bei RTL und Karim El-Gawhary, Auslandskorrespondent des ORF.

Zudem wird am Ende der Arbeit eine Vergleichsanalyse zwischen ORF und CNN, zum Thema „Der Irakkrieg – 3 Jahre danach“ Aufschluss über etwaige Objektivitätsunterschiede im amerikanischen und österreichischen Fernsehen geben.

Ziel der vorliegenden Arbeit ist es herauszufinden in wiefern Objektivität durch die behandelten Einflussfaktoren reduziert werden kann bzw. ob vollkommene Objektivität in der Kriegsberichterstattung überhaupt erreichbar ist.

2. Kriegsnachrichten im Spannungsfeld externer Beeinflussung

2.1. Einflussfaktoren auf die Kriegsnachrichten

„Die Medien sind der Spiegel der Gesellschaft, aber was dieser Spiegel abbildet, kann ein Zerrbild sein, eine Schmeichelei, das Gerüst einer Lüge und die Kontur einer Wahrheit“.¹⁶

Auf dem Entstehungsweg einer Kriegsnachricht vom Kriegsschauplatz in die Wohnzimmer der Rezipienten wird diese von verschiedenen Faktoren beeinflusst und somit geformt. Jeder dieser Einflussfaktoren wirkt mit unterschiedlichem Interesse auf die Inhalte und Präsentation von Kriegsnachrichten ein. Durch diese Einflussnahme entsteht ein Spannungsfeld rund um die auszustrahlende Nachricht, welches die Verfasserin, mit den für diese Arbeit relevanten Einflussfaktoren wie folgt darstellt. (vgl. Abb. 1)

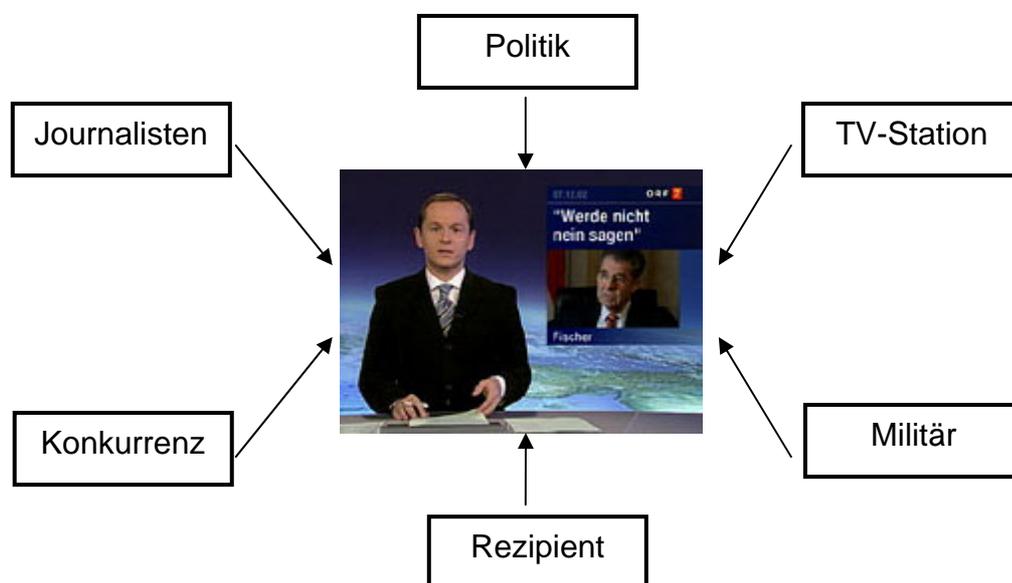


Abbildung 1: Eigene Darstellung: Das Spannungsfeld rund um die Kriegsnachricht

(Bildquelle: 19. 1. 2006, Verz. Nr. 4, Nachrichten, http://www.mediamanual.at/mediamanual/workshop/kommunikation/semiotisches_labor/labor_a/images/nachrichten/kl_orf01.jpg)

¹⁶ Vgl. Jelle Behnert 1992, S. 113

„Krieg und Kriegsberichterstattung sind keine unabhängigen Phänomene, sondern zum einen vom Mediensystem, zum anderen von Militär und Politik beeinflusst“.¹⁷

Jeden dieser Einflussfaktoren bezeichnen Andrea Höhne und Stephan Ruß-Mohl als „Filter“, durch die die Kriegsnachricht zum Rezipienten gelangt. Die „Filterung“ der Nachricht indiziert eine Reduktion der Objektivität, wie im Folgenden grafisch dargestellt wird.

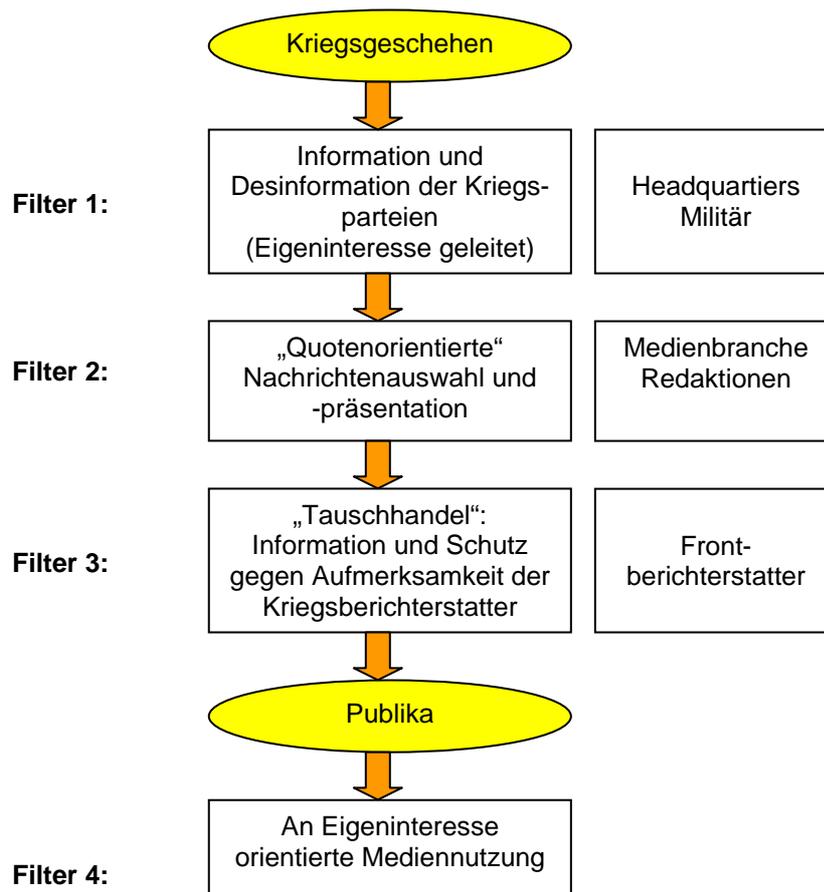


Abbildung 2: Ökonomisches Modell der Kriegsberichterstattung: Filter und Tauschhandel

(leicht mod.) (Quelle: Vgl. Höhne/Ruß-Mohl 2004, S. 14)

Nach Ruß-Mohl und Höhne versuchen die Kriegsparteien, d.h. Militär und in weiterer Folge auch politische Parteien, versuchen die Medien für ihre Zwecke zu instrumentalisieren. Die Regierungen der kriegsführenden Parteien kontrollieren das Mediengeschehen im Kriegsgebiet meist durch Zensur. „Zum Schutz der

¹⁷ Vgl. Hartwig 1999, S. 11

*eigenen Truppen, aber auch um Kriegsgegner ruhig zu stellen, werden den Medien von Regierungen in Kriegsfällen Zensurmaßnahmen auferlegt“.*¹⁸

Neben der Zensur werden allerdings auch wesentlich radikalere Mittel zur Medienüberwachung in Kriegen angewandt. So berichtet beispielsweise Antonia Rados von Spitzel und Abhöranlagen im Irak. Sie spricht in Ihrem Buch „Live aus Bagdad“ außerdem von „Aufpassern“, die seitens der irakischen Regierung die Bewegungsfreiheit der Korrespondenten einschränken und folglich auch Einfluss auf die Inhalte der Berichte nehmen.

Die Nachrichten und somit auch die Kriegsnachrichten unterliegen des Weiteren der „Zensur“ bzw. „Filterung“ durch die TV-Stationen selbst. Hauptgrund für diese Beeinflussung sind *„ökonomische Eigeninteressen der Medienunternehmen: Nachrichten werden so aufbereitet, dass sie Einschaltquoten und Auflagesteigerung bringen“.*¹⁹ Experten sprechen bereits davon, dass Nachrichten und Informationen gezielt inszeniert und eingesetzt werden, um die Wirtschaftlichkeit eines Medienunternehmens zu erhöhen. *„Was Einschaltquoten verheißt, kommt zur Prime time – und wird von den PR Strategen oft auch zeitgerecht inszeniert“.*²⁰ Trifft diese Strategie auch auf Nachrichtensendungen zu, würde das indizieren, dass auch Kriegsnachrichten aufbereitet und inszeniert werden, um ökonomische Ziele zu erreichen. Auf diese Problematik wird die Verfasserin in 2.3 näher eingehen.

Die ökonomischen Interessen können allerdings auch auf die Beeinflussung der Nachrichtenpräsentation durch den Rezipienten zurückgeführt werden. Die Einschaltquoten und Erfolge eines TV Senders werden nicht zuletzt durch den Rezipienten selbst bestimmt. Auf diese Form der Beeinflussung wird die Verfasserin im Detail im Kapitel 2.5. zu sprechen kommen.

Als dritten Filter der Nachrichtengestaltung führen Höhne und Ruß-Mohl den Journalisten an sich an, der im Besonderen für die Nachrichtenauswahl verantwortlich ist. Kriegsberichterstatter differenzieren zunächst subjektiv welche Nachricht berichtenswert ist und werden schließlich in Ihrer Auswahl zusätzlich

¹⁸ Vgl. Mangold/Ultzsch 2004, S. 82

¹⁹ Vgl. Höhne/Ruß-Mohl 2004, S. 14

²⁰ Vgl. Ebd. S. 14

von anderen Faktoren, wie beispielsweise politischen Parteien oder TV-Stationen, beeinflusst. *„Die Geschichte hat gezeigt, dass Kriegsreporter stets von der Seite einer bestimmten Konfliktpartei berichtet haben, um Schutz und Unterstützung sicherzustellen“.*²¹

Aufgrund des enormen wirtschaftlichen Aufwandes für TV-Stationen, Kriegsberichterstatter an den Ort des Geschehens zu entsenden, ist es außerdem Aufgabe der Journalisten *„Risiken abzuwägen, also Kosten und Nutzen ihrer Handlungen zu kalkulieren“.*²²

Basierend auf diesem ökonomischen Aspekt der Beeinflussung wird die Reduktion der Objektivität in der Kriegsberichterstattung ebenfalls begünstigt. *„Die Nachrichtenwerte selbst haben sich verändert, Journalisten folgen bei der Nachrichtenauswahl – oft unbewusst – ökonomischen Imperativen“.*²³

Für die weitere Analyse der Einflussnahme auf die Objektivität der Kriegsnachrichten legt die Verfasserin den Schwerpunkt auf den Filter durch die Politik bzw. das Militär, sowie auf die Filterung durch den Rezipienten. Der Rezipient, den Höhne und Ruß-Mohl als letzten „Filter“ bezeichnen, entscheidet selbst welche Inhalte bzw. Nachrichten er konsumieren möchte und filtert somit subjektiv nach Eigeninteresse. Als Basis der Analyse gilt aus diesem Grund die Voraussetzung, dass der Rezipient letztendlich auf alle Filter Einfluss ausübt und in weiterer Folge somit auch die Reduktion von Objektivität begünstigt.

²¹ Vgl. Mangold/Ultzsch 2004, S.73

²² Vgl. Höhne/Ruß-Mohl 2004, S. 14

²³ Vgl. Ebd. S. 14

2.2. Dimensionen der Kriegsberichterstattung nach Mangold und Ultzsch

„In einem Markt, wo sich Produkte auf Grund von Sparmaßnahmen immer mehr angleichen, sind eigene, individuelle und nachrichtenstarke Recherchen wieder gefragt. Erst sie geben dem einzelnen Produkt das nötige Profil“.²⁴

Die vorangegangenen Ausführungen zeigen, dass auf die Kriegsnachricht Faktoren einwirken, die einerseits Einfluss auf die Dimensionen der Kriegsnachricht, aber andererseits auch auf die Kriegsberichterstattung im Allgemeinen haben.

Christoph Mangold und Lars Ultzsch definieren auf Grundlage dieser Tatsache Dimensionen der Kriegsberichterstattung. Diese stellen die Komponenten des Entstehungsprozesses einer Kriegsnachricht dar, mit denen der Kriegsreporter im Laufe seiner Arbeit im Kriegsgebiet konfrontiert wird. Im Rahmen einer Studie über die Situation der Kriegsberichterstatter im Irakkrieg 2003, wurden auf dieser Basis Kriegsberichterstatter aus aller Welt zu den definierten Dimensionen befragt. Mangold und Ultzsch befragten 42 Kriegsberichterstatter (aus der Schweiz, den USA, Deutschland, Frankreich, Österreich, England, dem Irak, Japan, Holland, Italien, Norwegen und Kanada) zum Thema „Kontrollierte Berichterstattung“.

Gerade die Informationsbeschaffung stellt in Kriegszeiten bzw. in Kriegsgebieten eine besondere Herausforderung für den Journalisten dar. Abhängig von den Einsatzumständen, d.h. ob ein Reporter beispielsweise ins Militär eingebettet ist etc., gestaltet sich die Informationsbeschaffung vor Ort differenziert. *„Während die „embeds“ in der Lage waren von den Ereignissen zu berichten, die vor ihren*

²⁴ Houston, Brant: Leiter der US-Vereinigung Investigativer Reporter IRE

Augen passierten, ... mussten sich ihre nicht-eingebetteten Kollegen mit einem eher dürftigen Informationsfluss begnügen“.²⁵

Die Dimension der Objektivität, um die zu erfüllen der Kriegsberichterstatter „*sein subjektives Empfinden und seine Gefühle unterdrücken muss, um dem Mediennutzer ein nüchternes und sachliches Tatsachenbild zu liefern*“²⁶, bildet den Kern dieser Arbeit und wird ab Punkt 3 detailliert behandelt.

Journalisten müssen während ihrer Tätigkeit in einem Kriegsgebiet mit verschiedenen Arten der Zensur zurecht kommen. Die Geschichte hat gezeigt, dass einerseits immer andere Formen der Zensur verhängt wurden, andererseits auch in jedem Krieg ein anderer Umgang mit diesem „Druckmittel“ gepflegt wurde. Im Irakkrieg beispielsweise, packten die beteiligten Kriegsparteien die „freie Berichterstattung“ aus dem Kriegsgebiet an der Wurzel. Antonia Rados spricht in Ihrem Buch „Live aus Bagdad“ von einer schwarzen Liste, die Reporter führt denen die Regierung kein Visum mehr zugesteht. Als Grund gibt Sie regierungskritische Berichte bzw. negative Äußerungen über das Regime an.

Der „embedded journalism“ ist eine neue Form des Kriegsjournalismus, der im Irakkrieg erstmals zur Anwendung kam. Durch die „Abhängigkeit“ der Journalisten vom Militär ist diese Form der Kriegsberichterstattung äußerst umstritten. Aus der Studie von Mangold und Ultzsch kristallisiert sich dennoch keine einheitliche Meinung heraus. *„Auch wenn kritische Stimmen darin eine Propagandafalle sehen, betrachten es die meisten interviewten Journalisten als Gewinn für die Medien und den Zuschauer“.²⁷*

Die Tatsache der Beeinflussung des Rezipienten durch Nachrichten im Allgemeinen und auch Kriegsnachrichten im Speziellen gibt oft Anlass zu Studien über den manipulativen Charakter von Nachrichten. Kriegsberichterstatter geben zu, dass die Berichterstattung starken Einfluss auf die öffentliche Meinungsbildung

²⁵ Vgl. Mangold/Ultzsch 2004, S.120

²⁶ Vgl. Ebd. S.121

²⁷ Vgl. Ebd. S.123

hat, gleichzeitig wird allerdings betont, dass *„ihre Berichterstattung weniger ein Instrument der Manipulation ist, als eine Verstärkung der schon existierenden Einstellungen des Rezipienten bewirkt“*.²⁸

Die angeführten Dimensionen verdeutlichen die extreme Arbeitssituation die im Krieg herrscht, in der allerdings von Kriegsreportern dennoch objektiver und sachgerechter Journalismus erwartet wird. Selbst grundlegende journalistische Aufgaben, wie die Informationsbeschaffung, stellen aufgrund der vorherrschenden erschwerten Bedingungen bereits einen Reduktionsfaktor für Objektivität dar.

Dennoch ist der Verlust von Objektivität nicht ausschließlich auf Komponenten vor Ort zurückzuführen. Im folgenden Kapitel wird als weitere Ursache die „Entertainisierung“ der Nachrichten aufgrund von Rezipientenwünschen und der ökonomischen Interessen der TV-Stationen behandelt.

²⁸ Vgl. Mangold/Ultzsch 2004, S.124

2.3. „Entertainisierung“ von Kriegsnachrichten

„Die Fernsehsender berichten über diesen Krieg, als würden Sie ein Football-Spiel übertragen: mit atemloser Stimme, mit vielen Grafiken und Statistiken, aber völlig ohne Hintergrund“.²⁹

Ziel dieses Abschnittes ist es die Hypothese „Je weniger Information und je mehr Entertainment in den Kriegsnachrichten enthalten ist, desto höher sind die Einschaltquoten“ zu falsifizieren bzw. zu verifizieren.

Erklärtes Ziel von Nachrichtenproduzenten ist es, den Rezipienten einerseits umfassend zu informieren und ihm andererseits *„unabhängig von Reichweiten und Werbeeinschaltquoten die Möglichkeit zu geben, sorgfältige Analysen komplexer Gegenwartsprobleme zu liefern“*.³⁰

Doch die Realität zeigt, dass ökonomische Ziele einer TV-Station nicht zuletzt die Nachrichtenauswahl und die Nachrichtenpräsentation mitbestimmen. Da der wirtschaftliche Erfolg einer Sendung und somit auch einer TV-Station zu einem großen Anteil von Einschaltquoten und Werbeeinnahmen abhängt, gilt es, gerade für reine Nachrichtensender wie beispielsweise CNN, den Rezipienten täglich für die Nachrichten an den Bildschirm zu „locken“. *„Einschaltquoten spielen eine wichtigere Rolle als die professionellen Reflexe der Journalisten oder die Qualität Ihrer Berichterstattung“*.³¹

Programmmacher mussten diesbezüglich außerdem erkennen, *„dass, wann immer Politik und aktuelle Information im Fernsehen vermittelt werden, die Einschaltquoten sinken und sich viele Zuschauer in einer Art Unterhaltungsslalom an jeglicher Art politischer Information vorbeischlängeln“*.³²

²⁹ Vgl. Lemm, Karsten, 6.4.2003, Verz. Nr.6, Vieles ist einfach nur Cheerleading, http://www.stern.de/politik/ausland/?id=506278&eid=505270&nv=hp_rt_al

³⁰ Vgl. Meier/Schanne 1996, S. 156

³¹ Vgl. Domeniconi 2000, S. 45

³² Vgl. Schmitz-Pfeiffer 1993, S.12

Grund für derartige Entwicklungen ist allerdings nicht reines Desinteresse seitens des Publikums an Information und Nachrichten, sondern einerseits ein genereller Drang nach Unterhaltung sowie andererseits eine gewisse Resignation gegenüber Nachrichten, die ausschließlich aus Fakten und Tatsachen bestehen. *„People don't want the old-fashioned kind of news because they know there is nothing they can do about it. But these new shows offer them a chance to get involved“*.³³

Aufgrund dieses Informations- und Unterhaltungsdranges, der seitens des Publikums auf die TV-Stationen ausgeübt wird, wurde die Präsentation der Nachrichten an die Wünsche der Rezipienten angepasst, um weiterhin den ökonomisch-strategischen Zielen nachzukommen.

Liebes und Gurevitch³⁴ beschreiben fünf „Rahmen“, die bereits im Golfkrieg 1991 den Nachrichtenaufbau dominierten, und bedeutende „Entertainingselemente“ für Kriegsnachrichten bilden.

- Excising:

Die gegnerische Seite wird in der Berichterstattung weitgehend nicht erwähnt und ignoriert. Die Nachrichten werden von Informationen über die heimische Kriegspartei dominiert.

- Sanitizing:

Der Eindruck eines „sauberen“ Krieges wird durch die Vermeidung von Bildern und Information über menschliche Opfer, Blut oder kriegerische Szenen vermittelt. Die Dominanz von Übertragungen der Pressekonferenzen, Bildern von nächtlichen Bombarements, die nur aus der Ferne gezeigt werden etc., erwecken beim Zuschauer den Eindruck eines fernen „Computerkrieges“.

- Equalizing:

Die gegnerische Kriegspartei wird größer dargestellt als sie tatsächlich ist „... um die eigene Mobilisierung der Kräfte zu legitimieren. Gleichzeitig wird die

³³ Vgl. Boyer 1986, S. 98

³⁴ Vgl. Liebes/Gurevitch 1991

Story besser, dramatischer, wettkampfmässiger“.³⁵ Diese Form der Darstellung dient nicht zuletzt der Selbstglorifizierung um Fehler, wie beispielsweise die politischen, militärischen und publizistischen aus dem Vietnamkrieg, zu überwinden.

- Personalizing:

Die detaillierte Darstellung von Einzelschicksalen wird auf diese beschränkt, deren Einstellung zum Krieg sich mit jener der heimischen deckt.

- Demonizing:

Hierbei findet eine Aufspaltung der Kriegsparteien in Gut und Böse statt. *„Der Gute kämpft gegen den Bösen und damit wird der Kampf zu einer gerechten Sache ..“*³⁶

Auf diesen Elementen basiert eine neue Form der Nachrichtenpräsentation, welche Unterhaltungselemente und Information zu einem neuen Sendekonzept kombiniert und „Infotainment“ genannt wird. Die Besonderheiten dieser neuen Art der Nachrichtenpräsentation werden im nächsten Abschnitt näher erläutert.

2.3.1. Infotainment

*„Unter den Begriff Infotainment fallen Sendungen des Fernsehens, die Inhalte unterhaltender Art mit solchen aus den Bereichen Information, Politik und Gesellschaft vermischen bzw. wahllos aneinanderreihen und/oder Sendungen aus den genannten Bereichen, die sich vor allem der Form und Stilelemente der Unterhaltung bedienen. Die Inhalte aller Beiträge werden primär im Hinblick auf ihre Massenattraktivität und ihren Unterhaltungswert gewählt“*³⁷

Mit Infotainment wird demnach versucht, sowohl die emotionalen Bedürfnisse des Rezipienten, also Entspannung und Vergnügen, als auch die rationalen Ansprüche, also Informations- und Wissensdrang, zu befriedigen.

³⁵ Vgl. Meier/Schanne 1996, S. 154

³⁶ Vgl. Ebd. S. 155

³⁷ Vgl. Steinmann 1991, S. 1

Im Zuge einer Studie³⁸ in den USA fand man heraus, dass das Publikum mit unterhaltenden Elementen in den Nachrichten auf einem bestimmten Erregungsniveau gehalten werden muss, um den Inhalt als ansprechend zu empfinden.

Die wichtigsten Elemente waren hierbei:

- Emotionalisierung
- Personalisierung (Identifizierung)
- Suggestierung von persönlicher Nähe
- Dramatisierung
- Konfrontation, Konflikt

Diese Elemente decken sich nahezu lückenlos mit den zuvor angesprochenen Rahmenbedingungen für Kriegsnachrichten, wie sie seit 1991 aufgebaut wurden. TV-Stationen haben demnach den Nachrichtenaufbau zunehmend an die Rezipientenwünsche angepasst um einerseits höchstmögliche Einschaltquoten erzielen und andererseits den ökonomischen Zielen des Unternehmens gerecht werden zu können.

In den USA ist basierend auf diesen Rahmenbedingungen des Infotainments eine äußerst umstrittene Form der Informationsvermittlung entstanden. Die TV Serie „Over There“ visualisiert den Irakkrieg und soll das Publikum zwar primär mit der blutigen Realität im Krieg unterhalten, stellt andererseits aber auch einen Informationskanal dar, der die Vorkommnisse im Irakkrieg für den Rezipienten aufbereitet. Besonderes Aufsehen erregte die Propagandaserie allerdings weil erstmals ein Kriegsgeschehen noch vor Beendigung der kriegerischen Handlungen verfilmt wurde. Die persönliche Nähe zu diesem Krieg ist aus diesem Grund besonders präsent. Die Tatsache, dass der Irakkrieg noch nicht beendet wurde, sichert den Produzenten außerdem eine sehr emotionale und dramatische Einstellung des Publikums, welche wiederum hohe Einschaltquoten verspricht.

³⁸ Vgl. Graber 1990

2.3.2. Der „Feel-Good-Effekt“

Die Bezeichnung des „Feel-Good-Effektes“ wurde im Präsidentschaftswahlkampf von Ronald Reagan 1980/81 geprägt und wird demnach als *„Inszenierungstechnik in amerikanischen Präsidentschaftswahlkämpfen“*³⁹ bezeichnet. Diese Form der Inszenierung politischer Information findet allerdings auch im Nachrichtenbereich Anwendung.

Durch die Verwendung von Inszenierungstechniken wird die politisch wichtige Information in den Hintergrund gerückt und im Gegenzug *„in immer stärkerem Maße die emotionale Verfassung des Publikums ins Zentrum der Bemühungen gestellt“*.⁴⁰ Der „Feel-Good-Effekt“ zielt demnach, genau wie der Einsatz von Infotainment darauf ab, die politischen Nachrichten möglichst positiv und unterhaltend zu vermitteln.

Politiker erkannten schon vor den Medien, dass der Rezipient Nachrichten eher wahrnimmt, wenn durch die Form der Nachrichtenpräsentation bestimmte Gefühle hervorgerufen bzw. bestimmte Bedürfnisse (siehe Kapitel Infotainment) befriedigt werden.

Andreas Dörner spricht in diesem Zusammenhang von der Schaffung von *„Als-Ob-Welten des Entertainment ... die deshalb so attraktiv sind, weil sie sich zwar einerseits auf unsere alltagsweltlichen Erfahrungen mit der ausgezeichneten Wirklichkeit .. beziehen, gleichzeitig jedoch besser erscheinen“*.⁴¹

Die angesprochenen Unterhaltungserlebnisse, in die Nachrichten verwandelt werden spielen sich auf zwei zusammenwirkenden Ebenen ab. Dyer⁴² unterscheidet hier die Ebene der repräsentierenden Zeichen, in der Konflikte schlicht einfacher lösbar sind als in der Realität, und die Ebene der nicht repräsentierenden Zeichen, auf der die Emotionalität des Rezipienten besonders angesprochen wird.

³⁹ Vgl. Dörner 2001, S. 62

⁴⁰ Vgl. Ebd. S. 62

⁴¹ Vgl. Ebd. S. 63

⁴² Vgl. Dyer 1981, S 178

Diese Ausführungen verdeutlichen den Grund für die Veränderung der Nachrichtenpräsentation in den letzten Jahren. Da TV-Stationen wie bereits angesprochen ökonomische Ziele erfüllen müssen, sind sie auf Ihre Rezipienten angewiesen. Betrachtet man nun reine Nachrichtensender wie CNN, deren einziges „Produkt“ die Nachricht an sich ist, liegt die Begründung für die „Entertainisierung“ der Nachrichten auf der Hand. Um den Rezipienten während der Nachrichten am Bildschirm zu „halten“, werden mit Musik untermalte, Action geladene und emotional ansprechende Nachrichten ausgestrahlt. Besonders im Bereich der Kriegsnachrichten behelfen sich Nachrichtensender auch mit aufwendigen Grafiken und animierten Landkarten, um alle Sinne des Rezipienten anzusprechen.

2.3.3. „Entertainisierung“ als Ursache für Informationsreduktion

Kaum bedacht wird in Zusammenhang mit Quotensteigerung und ökonomischen Zielen allerdings das Informationsniveau, das die Nachrichten in dieser „unterhaltenden“ Form dem Rezipienten noch bieten.

*„Obwohl das Fernsehen im Golfkrieg fast im Stundentakt mehr oder weniger ungefiltert – in noch nie dagewesener Live-Präsenz – Bilder und Meldungen lieferte sowie Gesprächsrunden anschloss, blieb das Wissen der Bevölkerung vergleichsweise bescheiden“.*⁴³

Experten mussten erkennen, dass Kurzmeldungen und so genannte „Eyewitness-News“ nicht für Kriegsberichterstattung, die über den Hintergrund von Konflikten und komplexen politischen Entscheidungen informieren soll, geeignet sind. So lange es das Ziel ist, den Rezipienten tatsächlich über die Vorkommnisse in einem Kriegsgebiet zu informieren, reicht es nicht aus, subjektive Eindrücke von Journalisten oder sensationsgeladene Kurzmeldungen auszustrahlen. Vielmehr ist Hintergrund- und Detailinformation unabdingbar.

Meier und Schanne sprechen in diesem Zusammenhang gar von einer herrschenden *„Boulevardisierung der Information“*⁴⁴, bei welcher *„die*

⁴³ Vgl. Meier/Schanne 1996, S. 155

⁴⁴ Vgl. Ebd. S. 155

*Informationstätigkeit darin besteht, die Zuschauerschaft in sicherer Entfernung aber voyeuristisch engagiert*⁴⁵ permanent mit Dramen vom Kriegsschauplatz zu überschwemmen. Müller kritisiert allerdings, dass mit dieser Form der Berichterstattung zwar das Unterhaltungsbedürfnis der Rezipienten befriedigt, gleichzeitig aber auch Hintergrundinformation zugunsten von dramatischen Bildern verdrängt werden. Das bedeutet allerdings nicht, dass TV-Stationen Argumente und Rechtfertigungen gänzlich aus den Nachrichten streichen, sondern, dass diesen lediglich weniger Zeit, Intensität und Aufmerksamkeit gewidmet werden.

„Das Dilemma von Informationssendungen mit Unterhaltungscharakter besteht darin, dass die Sendungen zwar zum Zuschauen motivieren und als interessant empfunden werden, dass die unterhaltenden Elemente aber unter Umständen von der zu vermittelnden Information eher ablenken und so die Informationsaufnahme behindern“.⁴⁶

Aus den theoretischen Ausführungen geht hervor, dass es eine gewisse Verbindung zwischen Einschaltquoten und der Veränderung der Nachrichten gibt, allerdings kann die Weiterentwicklung der Nachrichtenpräsentation nicht ausschließlich mit den ökonomischen Interessen der TV-Stationen in Verbindung gebracht werden. Antonia Rados und Karim El-Gawhary sind sich darüber einig, dass hohe Einschaltquoten nicht lediglich durch sensationsgeladene Nachrichten erreicht werden können, sie stimmen jedoch eher zu, dass die Aufmachung und der Unterhaltungsfaktor für den Rezipienten heute wichtiger als der Informationsgehalt der Nachrichten sind.

Antonia Rados begründet zudem die Tendenz der Entertainisierung der Nachrichten folgendermaßen: *„Die Unterhaltung ist zu einem maßgeblichen Bestandteil der allgemeinen Berichterstattung geworden. Beim Krieg vermischt sich noch dazu Unterhaltung leicht mit Propaganda – einem uralten Bestandteil des Krieges. Krieg war immer schon Show. ... Man kann beinahe sagen, dass es früher eine größere Show war als heute. Warum? Dank der Live-Übertragung ist der Kriegsverlauf weniger kontrollierbar. ... Das besondere an der Kriegsberichterstattung ist nicht, dass sie eine Show ist. Sie wird nicht im*

⁴⁵ Vgl. Meiner/Schanne 1996, S. 155

⁴⁶ Vgl. Bonfadelli/Saxer 1986, S. 171

Fernsehen verfolgt, weil sie unterhaltsam ist, sondern weil jederzeit etwas unvorhersehbares geschehen kann“.⁴⁷

Demnach kann die Verfasserin die aufgestellte These widerlegen, denn Entertainment und Unterhaltungselemente sind nur ein Teil der Rezipientenwünsche durch die die Einschaltquoten gesteigert werden können. Vielmehr ist allerdings eine Mischung aus Spannung, Information und Unterhaltung das beste Mittel um die Einschaltquoten zu erhöhen und die Rezipientenbedürfnisse umfassend zu befriedigen.

⁴⁷ Vgl. Exklusivinterview Antonia Rados

2.4. Schwerpunkt 1: Mediale Steuerung durch die Politik

*„Pour la première fois les mêmes sont les
maitres de tout ce que l'on fait et de
tout ce que l'on en dit“.⁴⁸*

2.4.1. Die politische Funktion der Massenmedien

Das primäre Ziel von Massenmedien ist es die breite Masse mit Information zu versorgen. Dennoch haben sie neben der Informationsfunktion auch noch drei weitere Funktionen: die soziale, die politische und die ökonomische. Die Verfasserin wird sich in Ihren Ausführungen ausschließlich auf die für diese Arbeit entscheidende politische Funktion der Massenmedien konzentrieren.

FUNKTIONEN DER MASSENMEDIEN		
Soziale	Politische	ökonomische
Informationsfunktion		
<ul style="list-style-type: none"> - Sozialisationsfunktion - Soziale Orientierungsfunktion - Rekreationsfunktion (Unterhaltung, Eskapismus) - Integrationsfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> - Herstellen von Öffentlichkeit - Artikulationsfunktion - Politische Sozialisations- bzw. Bildungsfunktion - Kritik- und Kontrollfunktion 	<ul style="list-style-type: none"> - Zirkulationsfunktion • Wissensvermittlung • Sozialtherapie • Legitimationshilfe - Regenerative Funktion - Herrschaftliche Funktion
Soziales	Politisches	Ökonomisches
GESELLSCHAFTLICHES SYSTEM		

Abbildung 3: Funktionen der Massenmedien

(Quelle: Vgl. Burkart 2002, S. 382)

⁴⁸ Vgl. Borjesson 2004, S.8

Übersetzung: Zum ersten Mal sind diejenigen die Herr über das sind was getan wird, auch Herr über das Ausgesprochene.

Basis für die oben angeführte Darstellung der Funktionen der Massenmedien ist die Annahme eines demokratisch organisierten Staates. Durch die Nutzung von Massenmedien bezieht der Rezipient nahezu alle politischen Informationen, wodurch diese zu einem Informations-, Meinungsbildungs- und auch Entscheidungsmedium werden. Massenmedien und im weiteren Sinne auch Journalisten tragen einen wesentlichen Teil zur politischen Meinungsbildung der Rezipienten bei. Im Zuge politischer Informationsvermittlung sollen Massenmedien bestimmte Funktionen erfüllen, welche in diesem Abschnitt zunächst im Allgemeinen diskutiert und im Anschluss anhand des Beispiels der Vermittlung von Kriegsnachrichten untermauert werden. Die Verfasserin legt in diesem Fall den Schwerpunkt ausschließlich auf die politische Funktion der Massenmedien, die für die weiteren Ausführungen von Bedeutung ist.

Medien erfüllen zunächst eine Informationsfunktion, die in alle Bereiche einer Gesellschaft gleichermaßen hineinspielt.

Das Schaffen von Öffentlichkeit bildet die grundlegende Funktionsbasis, welche die Kommunikationsplattform für Politik bzw. politische Akteure bildet.

Die Politik ist auf diese Form der Massenverbreitung von Informationen angewiesen, denn politische Entscheidungen sind *„nur dann legitimierbar, wenn sie Ausdruck des Willens einer Mehrheit der betroffenen Bevölkerung sind“*.⁴⁹

Massenmedien bilden demnach einerseits für Politiker eine Kommunikationsplattform und andererseits für den Rezipienten eine Plattform zur Willens- und Meinungsbildung.

Die bereits angesprochene Problematik der Darstellung und Präsentation politischer Information im Fernsehen untermauert Richard Münch durch eine Verknüpfung mit der Informationsfunktion der Massenmedien. *„Über Erfolg und Misserfolg politischer Maßnahmen entscheidet immer weniger die Richtigkeit der Maßnahme an sich und immer mehr die Art ihrer öffentlichen Thematisierung. ... Die öffentliche Inszenierung wird zum eigentlichen Erfolgskriterium der Politik“*.⁵⁰

⁴⁹ Vgl. Borjesson 2004, S. 391

⁵⁰ Vgl. Münch 1991, S. 95

Die Problematik in der Realität entsteht bei der Legitimation politischer Maßnahmen. Wie im Kapitel „Entertainisierung von Kriegsnachrichten“ bereits angesprochen, wurde die Nachrichtenpräsentation, um eben diese Legitimation gegenüber der Rezipienten zu erzielen, dementsprechend verändert. Das Streben nach Legitimation und Inszenierung politischer Kriegsentscheidungen geht allerdings auch mit der zweiten politischen Funktion der Massenmedien nicht konform.

Die Artikulationsfunktion, bei der Massenmedien als Sprachrohr gesehen werden, soll einen ausgeglichenen Meinungs austausch in den Massenmedien über politische Themen, in diesem Falle Kriegsentscheidungen, sicherstellen. Laut Burkart ist es Ziel einen öffentlichen Konsens aus unterschiedlichen Meinungen zu bilden.

Betrachtet man allerdings beispielsweise die Berichterstattung über den Irakkrieg 2003 am amerikanischen Fernsehmarkt wird deutlich, dass ein freier und ausgeglichener Meinungs austausch kaum vorhanden ist. Ein Beispiel ist *„Murdochs Medienkonzern, zu dem z.B.: in den USA Fox News und die New York Post gehören, strikt patriotisch ist, die Kriegsbegeisterung geschürt und Gegner teilweise rüde diskriminiert hat“*.⁵¹

Die Problematik der patriotischen Berichterstattung, die besonders in Kriegssituationen zum Tragen kommt, verhindert Meinungspluralismus in den Nachrichten. *„Statt zu analysieren und alle Seiten des gegenwärtigen Krieges zu beleuchten, was der Situation angemessen wäre, ist die Berichterstattung einfach Ereignis orientiert – und durch die Propaganda selektiv gesteuert“*.⁵² Zudem kommen verschiedene Formen der Zensur, auf die die Verfasserin später noch zu sprechen kommen wird.

Tatsache ist, dass derartige Einflüsse, die teils seitens politischer Akteure und teils auch von den Medien selbst gesteuert werden können, massiv Einfluss auf den

⁵¹ Vgl. Rötzer, Florian (Mai 2003), Verz. Nr. 5, In den USA soll die Medienkonzentration gefördert werden, <http://www.telepolis.de/r4/artikel/14/14808/1.html>

⁵² Vgl. Kesten, Dietmar (April 1999), Verz. Nr. 6, Die Trugbilder der Medien – Das unerbittliche Ticken geht weiter, <http://www.labournet.de/krieg/kosovo/DKMedien.htm>

Meinungsppluralismus in den Medien nehmen und somit die Artikulationsfunktion nur in eingeschränktem Maße zum Tragen kommen kann.

Ziel der politischen Sozialisations- und Bildungsfunktion ist es die politischen Rollen transparent zu machen. Des Weiteren setzen sich die Massenmedien das Ziel, Rezipienten, die am politischen Prozess beteiligt sind, (z.B.: durch Wahlen) über das politische System zu informieren und politische Bildung zu betreiben.

Hier werden erneut Diskrepanzen zwischen Theorie und Praxis erkennbar. Den Rezipienten über politische Vorgänge und das System zu informieren würde im Fall der Kriegsberichterstattung beispielsweise einiges an Hintergrundinformation über politische Entscheidungen, die politische Struktur und das System des Kriegsgegners etc. erfordern. Stattdessen gleicht die Kriegsberichterstattung von heute *„immer mehr einem Videospiel. ... die Berichterstattung besteht über weite Strecken aus Videospiel-Sequenzen, die in einen Kontext der Live-Bilder eingebettet werden“*.⁵³

In demokratisch organisierten Politiksystemen ist die Kritik- und Kontrollfunktion ebenfalls eine entscheidende Funktion der Massenmedien. Der Gesellschaft muss die Möglichkeit gegeben sein, an den politischen Machträgern des Systems Kritik zu üben bzw. bis zu einem gewissen Grad die politischen Entscheidungen dieser kontrollieren können. Die Kritik an den führenden Parteien durch die Gesellschaft äußert sich meist durch die Opposition, Gewerkschaften oder andere Interessensvertretungen.

Die Massenmedien haben in diesem Fall „nur“ die Möglichkeit, durch Veröffentlichung der Kritikpunkte einzugreifen, üben aber dennoch gleichzeitig eine gewisse Kontrolle aus. *„Obwohl die Massenmedien über das Veröffentlichende hinaus keine direkten Sanktionsmöglichkeiten besitzen, kann bereits die Veröffentlichung allein (oder die Angst davor) schon zu einer Verhaltensänderung führen ..“*⁵⁴

⁵³ Vgl. Röttgers, Janko (März 2003), Verz. Nr. 7, Im Bett mit dem Militär, Der Krieg im US-Fernsehen, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/14/14493/1.html>

⁵⁴ Vgl. Dünser 1980, S. 41

2.4.2. Fernsehen als Plattform für Kriegspropaganda

In diesem Abschnitt soll die Hypothese „Je größer der Einfluss der Politik auf die TV-Stationen, desto mehr wird die Berichterstattung zugunsten dieser gesteuert“ verifiziert oder falsifiziert werden.

Unter Propaganda versteht man im Allgemeinen „... die beabsichtigte und systematische soziale Beeinflussung von Denken, Handeln und Fühlen anderer Personen durch Kommunikation und zwar interessenorientiert, d.h. zum eigenen Vorteil. Sie geschieht mittels manipulativer Techniken“.⁵⁵

Im Krieg erfüllen Massenmedien überall auf der Welt unter anderem einen Zweck: Sie stellen eine Kommunikations- und Propagandaplattform für politische Akteure und das Militär dar und beziehen in dieser Funktion in der ein oder anderen Weise Stellung zu den aktuellen Geschehnissen. Tatsache ist, „... dass sich sowohl das Militär als auch die Politik die Vielseitigkeit von Propaganda und Manipulation zu Nutze machen – das Militär gegenüber dem Feind, die Politik hingegen gegenüber dem eigenen Volk“.⁵⁶

Durch eine „Symbiose zwischen Militär und Journalisten ... gewährleiten die Medien eine gemäß den Kriegs- und Kampfzielen kontrollier- und manipulierbare, aber auch kontinuierliche Berichterstattung“.⁵⁷ Medien werden seitens der Regierung dazu angehalten ein positives Meinungsklima unter der Bevölkerung zu schaffen, und wie bereits angesprochen eine Legitimation für die Kriegshandlungen zu erzielen.

Diese Symbiose ist allerdings nicht einseitiger Natur, denn auch die Massenmedien ziehen daraus einige Vorteile. Die Regierung verfügt in Kriegszeiten über einen Informationsvorteil den kooperierende Medien nutzen, denn deren „Marktwert hängt von der Rechtzeitigkeit und vom Gehalt der verfügbaren Information ab“.⁵⁸

⁵⁵ Vgl. Sury, Philipp, 27. 10. 2003, Verz. Nr. 8, Medienwirkungsforschung II – Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur, <http://www.visor.unibe.ch/SS03/medieneinf2/Bonfadelli%20II.pdf>

⁵⁶ Vgl. Uzulis 1997, S. 127-173

⁵⁷ Vgl. Meier/Schanne 1996, S. 149

⁵⁸ Vgl. Müller 2002, S. 7

Nationale Unterschiede werden in der Literatur vor allem im Bereich der Intensität der Stellungnahme einzelner Journalisten und Korrespondenten zu politischen Entscheidungen getroffen. Thematisiert wurde die Symbiose von Militär und Journalisten beispielsweise bei einem Symposium zum Thema „Medien und die Macht der Kriegs- und Terrornews“⁵⁹ 2001 in Wien.

Die libanesische Journalistin Diana Moukalled bezeichnete den arabischen Fernsehsender Al-Jazeera, der die wichtigste Informationsquelle in der arabischen Welt während des Kriegs darstellte, als „alles andere als objektiv“. Es wäre bekannt, dass Osama Bin Laden gute Kontakte zu diesem Fernsehsender pflege und von ihm aufbereitete Videos zur Ausstrahlung in die Redaktion bringen lässt. Hazem Al-Amin, Journalist der größten internationalen Tageszeitung „al-Hayat“ berichtet beispielsweise darüber, dass Osama Bin Laden dem Fernsehsender ein Video von den Hochzeitsfeierlichkeiten seiner Tochter zugespielt hat in der *„geheime Botschaften für seine Anhänger versteckt waren, u.a. das Bekenntnis zum Terroranschlag auf das amerikanische Kriegsschiff USS Cole“*.⁶⁰

Eine ähnliche Situation findet man auch im Irak wieder, denn auch der Diktator Saddam Hussein überwachte die ansässigen Fernsehsender. Diese strikte Überwachung überträgt sich in Kriegszeiten auch auf internationale TV-Stationen. So berichtet Antonia Rados, *„Im Raschid [ein Hotel in Bagdad in dem während des Krieges der Großteil der ausländischen Journalisten untergebracht wurde] arbeitet die halbe Belegschaft für den Geheimdienst, den Mukhabarat“*.⁶¹

Als Journalist hat man kaum die Möglichkeit ungehindert seiner Arbeit nachzugehen, da die Überwachung seitens der Regierung nahezu lückenlos ist. Zudem arbeiten für die Regierung Übersetzer, die alle Berichte der internationalen Fernsenteams zunächst übersetzen und auf deren Inhalt genau prüfen, bevor sie gesendet werden dürfen.

⁵⁹ Vgl. Wieselberg, Lukas, 2001, Verz. Nr. 9, Medien und die Macht der Kriegs- und Terrornews, science.orf.at

⁶⁰ Vgl. Wieselberg, Lukas, 2001, Verz. Nr. 9, Medien und die Macht der Kriegs- und Terrornews, science.orf.at

⁶¹ Vgl. Rados 2003, S. 12

Das Problem der Beeinträchtigung objektiver Kriegsberichterstattung aufgrund des politischen Einflusses auf die TV-Stationen tritt allerdings auch in der westlichen Welt auf. Allen voran ist hier die Beeinflussung amerikanischer Medien durch die Regierung zu nennen. In den USA hat die regierungsnaher Berichterstattung, neben dem Meinungsbildungsprozess der Bevölkerung auch einen ökonomischen Hintergrund. *„Diese Medien werden von Rüstungskonzernen gesponsert oder gehören Firmen, die im Rüstungssektor stark engagiert sind. Darüber hinaus sitzen praktisch in allen Verwaltungsräten der Medienunternehmen Vertreter von solchen Firmen“.*⁶² Auf diesen Punkt wird die Verfasserin im Punkt 2.4.5. näher eingehen.

Um die Finanzkraft des Unternehmens nicht zu schwächen erlegen sich einige Sender eine Art Selbstzensur auf und schüren Patriotismus in der Bevölkerung. Als Gegenzug können sich diese Sender nicht nur auf eine sichere Informationsquelle verlassen, sondern sichern sich außerdem längerfristig finanzielle Unterstützung.

Antonia Rados und Karim El-Gawhary sind im Bereich der politischen Beeinflussung der Medien im Krieg nahezu einer Meinung. Beide geben zu, dass TV-Stationen im Krieg vom politischen Informationskanal teilweise abhängig sind, dementieren allerdings dadurch automatisch zum Propagandawerkzeug zu werden. Antonia Rados dazu: *„Jeder Reporter weiß, dass im Krieg Propaganda gemacht wird. ... Aufgabe des Reporters ist es, das nie zu vergessen und dementsprechend zu berichten“.*⁶³ Auf diesen Aspekt der Verantwortung des Reporters wird die Verfasserin zu einem späteren Zeitpunkt zu sprechen kommen. Demnach liegt es also bis zu einem gewissen Grad in der Verantwortung des Journalisten wenn er sich zu sehr von den Einflüssen der Politik leiten lässt. Die Hypothese kann demnach weder vollkommen verifiziert noch falsifiziert werden. Die Möglichkeit der politischen Steuerung der Inhalte hängt nämlich nicht nur von den TV-Stationen sondern auch vom Reporter selbst ab, der einen sehr subjektiven und somit kaum berechenbaren Faktor in der Kriegsberichterstattung

⁶² Vgl. Meier/Schanne 1996, S. 151

⁶³ Vgl. Exklusivinterview Antonia Rados

darstellt. Schlussendlich ist es also immer noch der Reporter selbst, der zum Großteil die Inhalte seiner Berichte bestimmt.

Aufgrund der Tatsache, dass Massenmedien überall auf der Welt, meist auf den politischen Informationskanal angewiesen sind, werden Kriegsberichtersteller mit verschiedensten Formen der Zensur konfrontiert. Der Preis für Informationen aus erster Hand ist einerseits die Einschränkung der persönlichen Freiheit in einem Kriegsgebiet und andererseits die daraus resultierende Reduktion der Objektivität.

2.4.3. Formen der Zensur

Unter Zensur versteht man die *„Überprüfung und Kontrolle von Druckwerken ..., Rundfunk- und Filmproduktionen u.Ää. auf Ihre politische, gesetzliche, sittliche und/oder religiöse Konformität durch eine i.d.R. staatliche Stelle, die auch unerwünschte Veröffentlichungen unterdrücken bzw. verbieten kann ...“*⁶⁴

Die Definition beschreibt folglich jede staatliche Einflussnahme auf die Inhalte eines Mediums, in direkter oder indirekter Form, als Zensur. Demnach unterscheidet die Literatur grundsätzlich zwei Arten von Zensur: die direkte und die indirekte.

Die direkte Zensur wird auch als negative Zensur bezeichnet und beschränkt sich *„auf die Zurückhaltung von Bild-, Ton- oder Textmaterial, das einen unerwünschten Einfluss auf die Gesellschaft oder die Außenpolitik nehmen kann“*.⁶⁵

Diese Form der Zensur wurde bereits im Kapitel 2.3.3 angesprochen. Die Überwachung und Überprüfung der Inhalte vor Veröffentlichung oder auch die gezielte Behinderung der journalistischen Arbeit fallen unter diese Form der Zensur.

Die indirekte oder positive Zensur *„versucht hingegen durch die Vermittlung oder Herausgabe von Informationsmaterial direkt auf die Art und Weise der*

⁶⁴ Vgl. Brockhaus 2004, Band 3 S. 829

⁶⁵ Vgl. Mangold/Ultzsch 2004, S. 83

Berichterstattung Einfluss zu nehmen ...“.⁶⁶ Hierbei ist es Ziel den Meinungspluralismus in der Öffentlichkeit nicht einzuschränken aber gezielt zu steuern. Es wird versucht die gewünschte Perspektive mit gezielten Presseaussendungen und vorgefertigten Materialien in den Medien prominent darzustellen, „... die aus einem medieninternen Zwang zur Aktualität und Deckung des Informationsbedürfnisses meist unkritisch übernommen ... werden“.⁶⁷

Ulla Otto unterscheidet drei weitere Formen der Zensur⁶⁸: Die Präventivzensur, die in den meisten europäischen Staaten untersagt ist, die Prohibitivzensur, die ein nachträgliches Verbot darstellt und die Selbstzensur.

Vor allem die Präventivzensur ist ein häufig verwendetes Werkzeug in Kriegszeiten. Der Großteil der Maßnahmen direkter Zensur können auch unter dem Begriff der Präventivzensur zusammengefasst werden.

Die Prohibitivzensur wird in Kriegszeiten eher vermieden. Informationen die die Einstellung der Bevölkerung negativ stimmen werden versucht durch Präventivzensur zurückzuhalten.

Die Selbstzensur betrifft vor allem den Journalisten. In Kriegszeiten würde dies beispielsweise bedeuten, dass Inhalte, die dem Ansehen des eigenen Landes, des Arbeitgebers oder sich selbst schaden könnten, nicht für die Nachrichten aufbereitet werden.

In Kriegszeiten werden die Zensurbedingungen noch einmal verschärft. *„Da nur eine Minderzahl von ausgeschriebenen Pressestellen im Krisengebiet existieren, werden von Staats- und Regierungskreisen häufig nur die Pressepools gefördert, die am wahrscheinlichsten die eigene Meinung vertreten“.⁶⁹*

Für die Gewährleistung dieser inhaltlichen Steuerung durch die Regierung wurde im Irakkrieg eine neue Art des Kriegsjournalismus eingeführt: Die Berichterstattung durch „Embedded Journalists“.

⁶⁶ Vgl. Mangold/Ultzsch 2004, S. 83

⁶⁷ Vgl. Ebd. S. 83

⁶⁸ Vgl. Otto 1968, S. 5

⁶⁹ Vgl. Foggensteiner 1993

2.4.4. „Embedded Journalists“ als politisches und militärisches Kontrollorgan

An dieser Stelle soll die Hypothese „Das „embedding system“ stellt eine systematische Beeinflussung der Objektivität der Kriegsberichterstattung dar. Embedded journalists sind nicht in der Lage unabhängig und objektiv zu berichten, da sie den Krieg aus nur einer Perspektive betrachten können.“ verifiziert oder falsifiziert werden.

Die Berichterstattung durch „Embeds“, wie ins Militär eingebettete Journalisten auch genannt werden, hat ihre Wurzeln in den USA und stellt eine offensive Kommunikationsstrategie des US-Verteidigungsministeriums dar. Mit Hilfe dieser Journalisten sollte eine Balance zwischen dem freien Medienzugang im Vietnamkrieg und den strikten Einschränkungen im Golfkrieg 1991 gefunden werden. Aus diesem Grund wurden bereits vor der Invasion im Irak 2003 etwa 700 Reporter aus der ganzen Welt für den eingebetteten journalistischen Einsatz ausgebildet.

Mangold und Ultzsch haben im Rahmen der bereits angesprochenen Studie eingebettete Journalisten nach der Bedeutung dieser Form des Kriegsjournalismus befragt. Jon Martz, Journalist beim Atlanta Journal-Constitution bringt die Beschreibungen seiner Kollegen auf einen Punkt: „*The term „embedded“ means to live with the soldiers of a particular unit and report on their activities before, during and after the conflict*“.⁷⁰ Doch so einig sich Kriegsberichtersteller unterschiedlicher Nationalität auch in Bezug auf die Bedeutung des Embeddements sind, so geteilt sind gleichzeitig die Meinungen über die Sinnhaftigkeit und die Einschränkungen die diese Form der Kriegsberichterstattung mit sich bringt.

Der Öffentlichkeit wurde das System der Einbettung als Garant für detaillierte und intensiv recherchierte Berichte von der Front „verkauft“. Die Flächendeckende Informationsversorgung der Rezipienten aber auch der gegnerischen Truppen

⁷⁰ Vgl. Mangold/Ultzsch 2004, S. 101

durch die Berichterstattung der „Embeds“ sollte vor Falschinformation und Verfälschung der Medien durch den militärischen Gegner schützen. Häufig werden als Begründung auch die Steigerung der Glaubwürdigkeit und die Schaffung eines unverwundbaren Images des US-Militärs genannt.

Die Realität sah und sieht allerdings etwas anders aus. Die Absicht hinter dem „embedding system“ war nicht den Rezipienten nahezu zensurfreie und intensiv recherchierte Berichterstattung bieten zu können, sondern eine politische.

Oberstleutnant Rick Long gab in einem Interview mit der Washington Post zu, dass *„Reporter nicht unabhängig nach Tatsachen forschen .. . Wenn etwas Schlimmes passiert, ist es Aufgabe des Militärs, Ermittlungen anzustellen“*.⁷¹

Die Tatsache der politischen Steuerung des Embeddements verdeutlicht Ahsraf Fouad Makkar, Journalist bei Abu Dhabi TV. Die arabische Presse wurde von Anfang an vom eingebetteten Einsatz ausgenommen, was eine ausgewogene und objektive Berichterstattung von vorn herein ausschloss. Die Berichterstattung wurde pro-amerikanisch ausgerichtet und vernachlässigte die Sichtweise der arabischen Presse, was auch Karim El-Gawhary bestätigt. Die Einstellung gegenüber der arabischen Presse änderte sich erst als der große Einfluss dieser auf das arabische Volk erkannt wurde. *„... they did a survey and found out, that Abu Dhabi Television was the widest watched Arab Television and news station in the Arab world. So then they started chasing us, offering us “embeds” for what we have been fighting for the past tow months ...”*.⁷²

Demnach hat die amerikanische Regierung in Zusammenarbeit mit dem Militär entschieden welche Journalisten eingebettet in den Irak einreisen durften. Gleichzeitig ließ man allerdings *„Korrespondenten ... in Kuwait City, besonders in den ersten Tagen des Krieges, im Presse- und Informationszentrum informationsmäßig aushungern“*⁷³, was die Vermutung der politischen Absicht hinter dem embedding system verstärkt.

⁷¹ Vgl. Borjesson 2004, S. 37

⁷² Vgl. Mangold/Ultzsch 2004, S. 98

⁷³ Vgl. Bundesministerium für Landesverteidigung (Juni 2003), Verz. Nr. 10, Embedded Journalists – der Wahrheit näher?, <http://www.bmlv.gv.at/truppendienst/ausgaben/artikel.php?id=106>

Peter Münch, Journalist von der Süddeutschen Zeitung spricht in diesem Zusammenhang gar von einer Instrumentalisierung der Medienlandschaft, denn Medien würden dadurch steuerbar.

Das Verhängen von Einschränkungen der freien Berichterstattung durch das US Militär bzw. die Regierung lässt weiters kaum noch Zweifel an dem politischen Kriegspropagandainstrument „Embeddement“. Korrespondenten, die in die Truppen eingebettet waren mussten sich verpflichten *„bestimmte Informationen vorerst für sich zu behalten, zum Beispiel Truppenstärke und –positionen. Auch Bilder, mit denen sich tote amerikanische Soldaten und Kriegsgefangene identifizieren lassen, sind tabu“*.⁷⁴

Dennoch erfüllt das „Embedding system“ nicht ausschließlich politische Funktionen. Wie bereits angesprochen musste die Nachrichtenpräsentation in den letzten Jahren, in Hinblick auf den Unterhaltungsdrang der Rezipienten, verändert werden. Tatsache ist, dass eingebettete Journalisten sehr nahe am Kriegsgeschehen sind und die für den Rezipienten attraktivsten Bilder liefern können. Diese unmittelbare Nähe des Korrespondenten gibt auch den Rezipienten das Gefühl noch näher am Geschehen zu sein.

Demnach dient dieses System nicht nur der politischen Kontrolle, sondern unterstützt gleichzeitig die ökonomischen Ziele der TV-Stationen, die unter anderem durch höhere Einschaltquoten erreicht werden.

Die bereits beschriebene Uneinigkeit über die neue Form der Kriegsberichterstattung spiegelt sich auch in den beiden Exklusivinterviews wieder. Während Karim El-Gawhary, wie oben bereits gezeigt, diesem System eher skeptisch gegenüber steht und laut Interview einen Einsatz dieser Journalisten für den politischen und nicht für den journalistischen Zweck für mehr als möglich hält, sieht Antonia Rados die Situation etwas anders. *„Eingebettete Journalisten sind nur ein Teil der Information über einen Krieg. Wären sie die*

⁷⁴ Vgl. Zeller, Frank (22.3.2003), Verz. Nr. 11, Embedded Journalism – neue Form der Kriegsberichterstattung, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/35575>

einzigem, wären sie gefährlich. ... Wichtig ist, dem Zuschauer niemals vorzuenthalten, unter welchen Einschränkungen man berichtet. ...“⁷⁵

Die aufgestellte Hypothese kann demnach, unter der Voraussetzung, dass eingebettete Journalisten ihre Arbeitsbedingungen in den Nachrichten nicht bekannt geben, bestätigt werden. Tun sie dies doch ändert dies zwar nichts an der subjektiven Sichtweise von der aus die Journalisten berichten, sie geben allerdings dem Rezipienten die Möglichkeit diese Tatsache in deren Meinungsbildungsprozess einzubeziehen. Der Aspekt der politischen Beeinflussung kann, aufgrund der gezielten Selektion durch die US-Regierung allerdings definitiv nachgewiesen werden.

2.4.5. Der politische Einfluss auf TV-Stationen im Nationenvergleich

Der bereits beschriebene Einfluss auf Kriegsnachrichten durch die Politik setzt ein gewisses Maß an Mitsprache dieser in der Organisation der TV-Stationen voraus, welche sich in den verschiedensten Formen und in unterschiedlicher Intensität zeigt. In Hinblick auf die politische Steuerung von TV-Stationen kann außerdem eindeutig eine Unterscheidung in Hinblick auf Nationen vorgenommen werden.

Um gravierende Unterschiede in diesem Bereich festzustellen, konzentriert sich die Verfasserin in diesem Abschnitt auf die Fallbeispiele CNN (Cable News Network) und ORF (Österreichischer Rundfunk). Diese beiden TV-Stationen unterscheiden sich nicht nur in deren Organisation, sondern auch in der Art und der Intensität der politischen Einflussnahme auf die Organisation, das Programm, respektive die Nachrichten.

2.4.5.1. Fallbeispiel 1: CNN als Instrument der Politik

Um die Intensität der politischen Einflussnahme auf amerikanische Medienkonzerne deutlich darstellen zu können, wird die Verfasserin zunächst kurz auf die rechtliche Mediensituation in den USA eingehen.

⁷⁵ Vgl. Exklusivinterview Antonia Rados

Der amerikanische Fernsehmarkt wird von fünf großen Medienkonzernen dominiert: Disney, AOL, FOX, General Electrics und Viacom. Diese Großkonzerne versorgen die amerikanische Bevölkerung via Fernsehen, Radio und auch Web mit den aktuellsten Informationen. Die dadurch ohnehin vorhandene Medienkonzentration wurde 2003 weiter verstärkt, was die Sicherung von Meinungsvielfalt entscheidend reduzierte.

Die Federal Communications Commission (FCC) hat über eine Lockerung des Kartellgesetzes verhandelt. Die ursprüngliche Regelung sah vor „... dass *kein Unternehmen mehr als 35 Prozent der US-Haushalte mit seinen TV-Sendern erreichen darf*“.⁷⁶ Das neue Gesetz lässt allerdings eine Abdeckung von 45 Prozent zu, was den Wettbewerb für Neuanbieter kaum mehr möglich macht. Argumentiert wird diese Gesetzesänderung damit, dass das Kartellrecht veraltet sei, und nunmehr durch Kabel- und Satellitenfernsehen und Internet für Vielfalt ohnehin gesorgt sei.

Da das Phänomen der gegenseitigen Abhängigkeit von Medienkonzernen und Politik in den USA besonders ausgeprägt ist, beschreibt Florian Rötzer den Grund für die Lockerung des Kartellgesetzes folgendermaßen: „*Gerade mit dem Kartellrecht hat die Regierung ein Instrument in der Hand, um Konzerne zu fördern oder auch zu gängeln*“.⁷⁷ Als Beispiel für das Vorhandensein dieses „stillen Abkommens“ zwischen Regierung und TV-Stationen ist an dieser Stelle der Irakkrieg 2003 zu nennen. Die patriotische Berichterstattung nahezu aller Medienkonzerne in den USA aus dem Irak honoriert die Regierung mit der Gesetzesänderung im Kartellrecht, auch wenn das die Förderung der Medienkonzentration bedingt.

Die Beeinflussung der TV-Konzerne durch die Politik lässt sich auch direkt in den Gremien dieser feststellen und verdeutlicht wiederum die Zusammenarbeit von Regierung und Medienkonzernen.

⁷⁶ Rötzer Florian (16.5.2003), Verz. Nr. 12, In den USA soll die Medienkonzentration gefördert werden, <http://www.telepolis.de/r4/artikel/14/14808/1.html>

⁷⁷ Vgl. Rötzer Florian (16.5.2003), Verz. Nr. 12, In den USA soll die Medienkonzentration gefördert werden, <http://www.telepolis.de/r4/artikel/14/14808/1.html>

CNN, das zur Time Warner Inc. gehört, hat sich durch das 24 Stunden Nachrichtenprogramm in den 80er Jahren einen Namen gemacht und konnte das Monopol auf die 24-Studennachrichten 15 Jahre lang halten. Auch heute ist CNN weiterhin eine der wichtigsten Fernsehnachrichtenquellen in den USA. *„The numbers suggest that CNN is still the first choice for people trying to get a fix on the latest breaking news“.*⁷⁸ CNN gilt als der führende Nachrichtensender in den Vereinigten Staaten, der bevorzugt von Anhängern der demokratischen Partei gesehen wird.

Grund für die höheren Einschaltquoten im Vergleich zum direkten Konkurrenten FOX News könnte die bereits angesprochene Intensität der patriotischen Kriegsberichterstattung sein. Der „Annual Report on American Journalism“ zeigt, dass 28% der demokratischen und nur 19% der republikanischen Bevölkerung die Nachrichten bei CNN konsumieren, während FOX News von nur 21% der demokratischen aber 35% der republikanischen Wähler bevorzugt wird.

Die unterschiedliche Zugehörigkeit der Rezipienten kann in Bezug auf den Irakkrieg auf die Form der Berichterstattung zurückgeführt werden. *„... Fox journalists were more opinionated on the air. The news channel was also decidedly more positive in its coverage of the war in Iraq, while the others were largely neutral. ... 73% of the stories [on FOX News] included such personal judgements. On CNN the figure was 2% ...“.*⁷⁹ CNN kommt auf diese Weise den Forderungen der beiden wichtigsten Interessengruppen nach: einerseits den Rezipienten, die für Einschaltquoten und die Erfüllung der ökonomischen Ziele wichtig sind. Da die größte Rezipientengruppe von CNN den Demokraten angehört, hält man diese durch eine etwas ausgeglichene Berichterstattung am Bildschirm. Andererseits kommt man aber auch den Forderungen der Politiker nach, deren Gelder für den Fortbestand des Konzerns von Bedeutung sind. CNN wirkt im Vergleich zu FOX News auf den ersten Blick daher objektiver. Trotzdem

⁷⁸ Vgl. State of the media (2005), Verz. Nr. 13, The Annual Report on American Journalism-CNN (Cable),

http://www.stateofthemediamedia.org/2005/narrative_cabletv_contentanalysis.asp?media=5&cat=2

⁷⁹ Vgl. State of the media (2005), Verz. Nr. 13, The Annual Report on American Journalism-CNN (Cable),

http://www.stateofthemediamedia.org/2005/narrative_cabletv_contentanalysis.asp?media=5&cat=2

darf die Tatsache, dass Politiker in den Gremien des TV-Senders eingebunden sind und somit über Mitspracherechte verfügen, nicht außer Acht gelassen werden.

Da die Fernsehnachrichten die wahrscheinlich wichtigste Plattform für öffentliche politische Massenkommunikation darstellen, ist es für die Regierung natürlich generell von großer Bedeutung, Verbindungen zu den großen TV-Stationen des Landes zu pflegen.

Diese Verbindung basiert, wie bereits erwähnt, auf dem Prinzip der gegenseitigen Unterstützung, aus welchem sowohl Politiker als auch Medienkonzerne selbst gewisse Vorteile ziehen.

In der Organisationsstruktur von CNN wurde von Anfang an eine Gruppe zur Vertretung der politischen Interessen beauftragt. Aus heutiger Sicht nützen Politiker diesen Stellenwert bei CNN und auch anderen TV-Stationen um sich eine Wahlkampfplattform oder aber auch eine Plattform zur Legitimation von Kriegseinsätzen aufzubauen.

Fernsehanstalten fungieren als derartige Plattform und erhalten im Gegenzug im Bereich der Kriegsberichterstattung Subventionen von großen Rüstungsunternehmen, deren wirtschaftliche Lage wiederum von militärischen Entscheidungen der Regierung abhängt.

Aufgrund der gegenseitigen Abhängigkeit von Politik und TV-Stationen gerät neben ökonomischen Gesichtspunkten seitens der Medienkonzerne und dem Streben nach öffentlicher Legitimation seitens der Regierung das wahre Ziel von Nachrichten in den Hintergrund: die objektive und sachgerechte Information des Rezipienten. Objektivität und Unabhängigkeit in Hinblick auf politische Entscheidungen sind durch die Einflussnahme politischer Gremien bei CNN und auch anderen Medienkonzernen kaum erreichbar. *„Die Medienlandschaft besteht heute nicht mehr aus verbindlichen, internationalen und um politische Objektivität bemühten Nachrichten ...“*⁸⁰ Diese Tatsache der Ausstrahlung „verfälschter“

⁸⁰ Vgl. Schreiber Daniel, (19.8.2005), Verz. Nr. 14, Der Untergang der Abendnachrichten, <http://www.freitag.de/2005/33/05331201.php>

Nachrichten scheint den Rezipienten immer mehr bewusst zu werden, denn „*nur noch 34 Prozent der Amerikaner glauben, dass sie in den Abendnachrichten der drei größten TV-Sender wahrheitsgemäß, unparteiisch und aktuell informiert werden*“.⁸¹

2.4.5.2. Fallbeispiel 2: Der politische Einfluss auf die Gremien des ORF

Die Situation der politischen Einflussnahme auf den ORF kann vor allem im Bereich der Kriegsberichterstattung, beispielsweise aufgrund der militärischen Neutralität Österreichs, mit der in den USA kaum verglichen werden. Dennoch sind auch in den Gremien des ORF Politiker vertreten, die unter anderem auch im Bereich der Programmgestaltung mitentscheiden. Eine direkte und strikte Beeinflussung der Nachricht selbst ist beim ORF dennoch wesentlich seltener als bei CNN erkennbar.

Der ORF ist eine Stiftung und auf den Gremien Stiftungsrat, Generaldirektor, Publikumsrat und Prüfungskommission aufgebaut. Die Funktionäre des Stiftungsrats sind durchwegs Personen des politischen Lebens, welche als Kontrollorgan des ORF fungieren und die Einhaltung der gesetzlichen Bestimmungen überwachen.

Der Stiftungsrat setzt sich laut ORF-Gesetz § 20 (1) wie folgt zusammen:

„Die Mitglieder des Stiftungsrates werden nach Maßgabe der nachfolgenden Bestimmungen bestellt:

- 1. Sechs Mitglieder, die von der Bundesregierung unter Berücksichtigung des Stärkeverhältnisses der politischen Parteien im Nationalrat unter Bedachtnahme auf deren Vorschläge bestellt werden, wobei jede im Hauptausschuss des Nationalrates vertretene Partei durch mindestens ein Mitglied im Stiftungsrat vertreten sein muss;*
- 2. neun Mitglieder bestellen die Länder, wobei jedem Land das Recht auf Bestellung eines Mitgliedes zukommt;*
- 3. neun Mitglieder bestellt die Bundesregierung;*

⁸¹ Vgl. Schreiber Daniel, (19.8.2005), Verz. Nr. 14, Der Untergang der Abendnachrichten, <http://www.freitag.de/2005/33/05331201.php>

4. sechs Mitglieder bestellt der Publikumsrat;

5. fünf Mitglieder werden unter Anwendung des Arbeitsverfassungsgesetzes, BGBl. Nr. 22/1974, vom Zentralbetriebsrat bestellt.

Bei der Bestellung von Mitgliedern nach Z 1 bis 4 ist darauf zu achten, dass diese

1. die persönliche und fachliche Eignung durch eine entsprechende Vorbildung oder einschlägige Berufserfahrung in den vom Stiftungsrat zu besorgenden Angelegenheiten aufweisen und
2. über Kenntnisse des österreichischen und internationalen Medienmarktes verfügen oder sich auf Grund ihrer bisherigen Tätigkeit im Bereich der Wirtschaft, Wissenschaft, Kunst oder Bildung hohes Ansehen erworben haben.⁸²

Die Aufteilung der zu bestellenden Mitglieder verdeutlicht die politische Einflussnahme im ORF. Die Bestellung der Mitglieder aus dem Nationalrat nach Stärkeverhältnis der politischen Parteien begünstigt die Gefahr der Ausrichtung des Programms zu Gunsten der aktuell regierenden Parteien.

Bei jeder Nationalratswahl entbrennt ein Run auf die Plätze im ORF Stiftungsrat. „Aus Sicht der politischen Akteure gilt die dortige Postenbesetzung als wichtigste Personalentscheidung der laufenden Legislaturperiode“, [denn den Politikern ist klar, dass] ... eine überwältigende Mehrheit die Politikberichterstattung im Fernsehen auch für am glaubwürdigsten hält“.⁸³

Horst Pirker, Journalist bei der Qualitätszeitung „Die Presse“ geht sogar einen Schritt weiter und spricht davon, dass der ORF von den jeweils regierenden Parteien benutzt wird. „Der ORF befindet sich nach wie vor in der Geiselhaft der Politik, die ihn für den Machterhalt zu brauchen glaubt und ohne jeden „Genierer“ benützt“.⁸⁴

Doch wie in den USA besteht auch in Österreich ein System der gegenseitigen Unterstützung von Medien und Politik. „Der ORF kann sich im Gegenzug auf eine

⁸² ORF-G § 20

⁸³ Vgl. Filzmeier Peter (21.3.2006), Verz. Nr. 15, Wahlhelfer TV?, <http://derstandard.at>

⁸⁴ Vgl. Pirker Horst (3.3.2006), Verz. Nr. 16, ORF: In der Geiselhaft der Politik, <http://www.diepresse.com/Artikel.aspx?channel=k&ressort=km&id=542913>

Bedarfsgesetzgebung verlassen; hat er - finanziellen - Bedarf, werden die Gesetze in seinem Sinn angepasst“.⁸⁵

Im Nachrichtenbereich und im speziellen im Bereich der Kriegsberichterstattung ist, wie bereits erwähnt, kaum eine politische Richtung innerhalb Österreichs zu erkennen. Durch die gesetzlich festgehaltene Neutralität Österreichs ist die Sichtweise der Österreichischen Medien objektiver als die der amerikanischen, die direkt in den Krieg involviert sind.

Dennoch wird in diesem Abschnitt eine politische Beeinflussung im ORF deutlich, die sich in den unterschiedlichsten Bereichen und in unterschiedlicher Intensität auf die Programminhalte und somit auch auf die Nachrichten auswirkt.

2.4.6. Fazit: Ziele politischer Intervention in der Kriegsberichterstattung

Zusammenfassend lassen sich aus diesem Kapitel Ziele erkennen, die die Regierung, allen voran die amerikanische, mit der ausgedehnten Mitsprache im Bereich der Kriegsberichterstattung verfolgt.

Grundlegendes Ziel, das sich die Politik in der Irakberichterstattung gesetzt hat, war, die medienpolitischen Fehler aus dem Vietnam- und dem Golfkrieg zu vermeiden. Daraus resultierte der Einsatz der „Embedded Journalists“, der auch Basis eines weiteren Zieles der US-Regierung war.

Die US-Regierung hatte die Möglichkeit, mit Hilfe der „Embedded Journalists“ andere TV-Stationen, wie beispielsweise im arabischen Raum Al-Dshasira oder auch europäische TV-Station wie RTL oder ORF, zu kontrollieren. Viele der Journalisten vor Ort waren oftmals auf die Informationen der eingebetteten Kollegen angewiesen und verwendeten diese als Basis für die Berichte. Gleichzeitig wurden allerdings die Informationen der „Embeds“ vor Veröffentlichung vom amerikanischen Militär überprüft und waren somit nicht mehr objektiv.

⁸⁵ Vgl. Pirker Horst (3.3.2006), Verz. Nr. 16, ORF: In der Geiselhaft der Politik, <http://www.diepresse.com/Artikel.aspx?channel=k&ressort=km&id=542913>

Die Begründung dieser Überwachung der Berichterstattung verweist auf das nächste Ziel, das mit der politischen Einflussnahme zu erreichen versucht wird. Das Massenmedium Fernsehen stellt die wichtigste Informationsquelle für den Rezipienten dar. Bewegte Bilder und emotionsgeladene Berichte geben dem Publikum ein Gefühl von Nähe zum Kriegsgeschehen. Durch sensationsgeladene Berichte baut sich die Regierung mit Hilfe der Medienkonzerne eine Legitimationsplattform, auf und schwört die Bevölkerung auf den Krieg ein.

Hier wird deutlich, dass die Regierung das eigentlich entscheidende Ziel von Berichterstattung und Informationsvermittlung durch Nachrichten im Fernsehen absolut vernachlässigt. Die Recherche der Verfasserin hat gezeigt, dass die Politik durch die Kriegsberichterstattung keineswegs die objektive Information der Rezipienten verfolgt. Entscheidend ist folglich nicht das Informationsniveau sehr hoch zu halten und den Rezipienten über die tatsächlichen Vorkommnisse am Kriegsschauplatz zu informieren, sondern die Verfolgung politischer, militärischer und ökonomischer Interessen.

2.5. Schwerpunkt 2: Mediale Steuerung durch den Rezipienten

„Neugierdebefriedigung und Nachrichtenhunger der Rezipienten führen dazu, dass Information in eine Ware verwandelt wird“.⁸⁶

An dieser Stelle soll die Hypothese „Je höher die Unterstützung seitens der TV-Stationen für einen Krieg, desto höher die Akzeptanz der Bevölkerung.“ verifiziert bzw. falsifiziert werden.

Der Rezipient stellt für TV-Stationen in vielerlei Hinsicht einen wichtigen Faktor dar. Einerseits steuert er einen der entscheidenden ökonomischen Faktoren des Medienkonzerns – die Einschaltquoten, die unter anderem über den

⁸⁶ Vgl. Domeniconi 2000

wirtschaftlichen Fortbestand des Unternehmens entscheiden, andererseits haben Medienkonzerne, respektive TV-Stationen, gegenüber dem Rezipienten einen Informationsauftrag zu erfüllen, dem nur unter Berücksichtigung der Rezipientenbedürfnisse nachgekommen werden kann.

Wie im Kapitel 2.3. Entertainisierung von Kriegsnachrichten bereits angesprochen, stellt der Rezipient bestimmte Ansprüche an Nachrichten im Allgemeinen, aber wohl auch an Kriegsnachrichten. Er kann durch seine Bedürfnisse jedoch nicht ausschließlich die Nachrichtenpräsentation an sich steuern, sondern hat gleichzeitig Einfluss auf die gebrachten Inhalte.

2.5.1. Die Bestimmung des Nachrichteninhalts durch den Rezipienten

Wie bereits ausführlich besprochen, haben verschiedene Personengruppen Einfluss auf die Inhalte von Nachrichten. In diesem Abschnitt soll auf die Einflussmöglichkeiten der Rezipienten auf die behandelten Themen näher eingegangen werden. Die Inhalte von Nachrichten werden aus verschiedenen Gründen an die Wünsche der Rezipienten angepasst, die sich häufig auch mit Problemen der journalistischen Arbeit selbst und politischen Interessen der Nachrichtengestaltung decken.

Christian Schicher, Wissenschaftlicher Mitarbeiter im Fach Medienwissenschaft an der Universität Marburg und Jurymitglied der Initiative Nachrichtenaufklärung, beschreibt Gründe für die Vernachlässigung bestimmter Themen in den Nachrichten.⁸⁷ Diese Begründungen decken sich mit den Nachrichtenbedürfnissen der Rezipienten, die im nächsten Abschnitt näher erläutert werden. Medienkonzerne sind sich über den Einfluss der Rezipienten bewusst, was mit ein Grund für die Vernachlässigung folgender Faktoren ist.

⁸⁷ Vgl. Schicha 2005, S. 18

2.5.1.1. Themenkomplexität

Die Problematik der Komplexität mancher Themen, die bereits von Journalisten eine aufwändige Recherchephase erfordert, macht eine klare Darstellung in der kurzen Sendezeit von Nachrichten kaum möglich. Diese Themen ... *erfordern eine intensive Einarbeitung, um die Zusammenhänge klar herauszuarbeiten*“.⁸⁸

Die Problematik der Themenkomplexität und der erschwerten Informationsbeschaffung ist ein wesentlicher Grund dafür, dass Kriegsnachrichten anstelle von ausführlicher Information zahlreiche Grafiken und Videosequenzen beinhalten. *„Die Berichterstattung gleiche immer mehr einem Videospiele. [Sie] besteht über weite Strecken aus Videospiele-Sequenzen, die in einen Kontext der Live-Bilder eingebettet werden*“.⁸⁹

Zudem kommt, wie bereits angesprochen, dass der Rezipient ohnehin nicht mehr an reiner Information interessiert ist. Derart komplexe Themen wie beispielsweise die politischen Zusammenhänge eines Krieges, würden den Rezipienten überfordern und die Nachrichten somit uninteressant machen.

2.5.1.2. Interessen von Politik und Wirtschaft

Wie bereits im Kapitel 2.4. Mediale Steuerung durch die Politik erwähnt, *„... liegt es auch an den Interessen von Politik und Wirtschaft, bestimmte Informationen nicht an die Journalisten weiterzugeben, um eine kritische Berichterstattung zu vermeiden*“.⁹⁰

Da der Rezipient die Entscheidungen der Politik, auf Basis der in den Nachrichten übermittelten Information, allerdings legitimieren soll, können hier zwei unterschiedliche Interessen auf einen Schlag erfüllt werden. Die Politik kann kritische Themen mit der Begründung, dass der Rezipient ohnehin nicht mit Fakten gelangweilt, sondern mit spannenden Informationen unterhalten werden möchte, sehr leicht aus den Nachrichten fernhalten. Somit kommen TV-Stationen sowohl den Interessen des Rezipienten als auch denen der Politik nach.

⁸⁸ Vgl. Schicha 2005, S. 18

⁸⁹ Vgl. Röttgers Janko (31.3.2003), Verz.Nr. 17, Im Bett mit dem Militär, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/14/14493/1.html>

⁹⁰ Vgl. Schicha 2005, S. 18

Im Bereich der Kriegsberichterstattung können hier als Beispiel die politischen und wirtschaftlichen Hintergründe von Kriegsentscheidungen genannt werden. Dem Rezipienten wird von Grund auf kaum Hintergrundinformation zu politischen Entscheidungen geboten, was wiederum auch mit der Komplexität des Themas zusammenhängt.

2.5.1.3. Konkurrenzsituation

Den Kampf um Einschaltquoten führen alle TV-Stationen gleichermaßen. Um diesen zu gewinnen müssen immer wieder Rezipienten mit spannenden Informationen an den Bildschirm gelockt werden. Im Falle der Kriegsberichterstattung funktioniert dies mit Live-Berichten von „Embedded Journalists“, die das Publikum direkt an den Kriegsschauplatz holen. Die Aktualität der Informationen spielt in diesem Zusammenhang eine immer wichtigere Rolle.

2.5.1.4. Boulevardisierung der Nachrichten

Wie bereits erwähnt, kann eine zunehmende Boulevardisierung von Nachrichten verzeichnet werden, während kritischer Journalismus kaum noch Zuspruch bei den Rezipienten findet.

Um diesem Bedürfnis nachzukommen, haben TV-Stationen die Nachrichtenpräsentation verändert und bieten auch wichtige Informationen, wie beispielsweise Informationen aus Kriegsgebieten, in dieser Form an.

2.5.1.5. Informationen von PR Agenturen

Tatsache ist, dass im Zuge dieser Boulevardisierung die Objektivität und die genaue Recherche der Journalisten ebenfalls gelitten hat. Aus diesem Grund werden häufig Informationen von PR Agenturen ... *als Basis von journalistischen Berichten vermittelt und als solche nicht kenntlich gemacht*“.⁹¹

⁹¹ Vgl. Schicha 2005, S. 18

2.5.1.6. Visualisierbarkeit

Die visuelle Darstellung von Information ist ein immer wichtigeres Element von Nachrichten. Aus diesem Grund wird bei der Themenwahl auch die Visualisierbarkeit der Informationen stark berücksichtigt. Kriegerische Handlungen lassen sich beispielsweise sehr gut visualisieren.

2.5.1.7. Personalisierung

*„Medien neigen dazu, komplexe Ereignisse zu personalisieren und die Geschehnisse im eigenen Land stark in den Fokus ihrer Berichterstattung zu stellen“.*⁹² Im Bereich der Kriegsberichterstattung wird ein besonderer Fokus auf die eigenen Truppen gelegt. Außerdem wird dem gesamten Ereignis durch die Einbettung von Journalisten, die häufig persönliche Interviews mit Soldaten zeigen, ein Gesicht verliehen.

2.5.1.8. Schlüsselwörter

Der Faktor des Sündenbocks findet sich besonders in der Kriegsberichterstattung wieder. *„Bestimmte Themen in der Berichterstattung [werden] zu Lasten anderer privilegiert“.*⁹³ Es werden beispielsweise Schlüsselwörter verwendet, die in den Berichten zu einem bestimmten Thema immer wiederkehren um beim Rezipienten eine Art Wiedererkennungseffekt zu erzielen. Ein Beispiel wäre hierfür „The War on Terrorism“.

Die Faktoren verdeutlichen, dass der Rezipient teilweise für die Reduktion von reiner Information und somit auch für die der Objektivität mitverantwortlich ist. Durch ein gewisses Maß an Desinteresse an Fakten und dem Drang nach Unterhaltung, lenken Rezipienten den Aufbau und den Inhalt von Nachrichten.

⁹² Vgl. Schicha 2005., S. 18

⁹³ Vgl. Ebd. S. 18

Zugleich hat diese Einstellung der Rezipienten allerdings auch Einfluss auf die Arbeitsweise der Medien, die komplexe Themen einfach nicht oder nur sehr kurz behandeln.

2.5.2. Die Inszenierung der Nachrichten nach den Bedürfnissen der Rezipienten

Die Nachrichtenbedürfnisse des Rezipienten können, wie unter Punkt 2.3.1. Infotainment kurz angemerkt, unter folgenden Punkten zusammengefasst werden:

- Emotionalisierung
- Personalisierung (Identifizierung)
- Suggestierung von persönlicher Nähe
- Dramatisierung
- Konfrontation, Konflikt

Dieses sind allgemeine Kriterien, nach welchen der Großteil der Rezipienten Nachrichten wertet und konsumiert. In diesem Zusammenhang ist allerdings zu bedenken, dass die Gruppe der Rezipienten nicht homogen ist, was bedeutet, dass *„neben den kollektiven Relevanzzuweisungen ... abweichende individuelle Rezeptionsmotive und ganz unterschiedliche Interessen zum Tragen [kommen]“*.⁹⁴ Schicha gibt als Grund für die stark ausgeprägten individuellen Interessen in der Nachrichtenrezeption die Vielfalt auf dem Angebotssektor an.

Der Rezipient folgt bei der Nachrichtenauswahl diesen *„wahrnehmungspsychologischen Mechanismen ... [und sucht so nach Wegen], selbst die Komplexität des Angebots möglichst unaufwendig zu reduzieren“*.⁹⁵

Basierend auf diesen Bedürfnissen und Auswahlkriterien der Rezipienten hat sich die Nachricht an sich verändert. Jeder Rezipient folgt bei der Auswahl der Nachrichten den angesprochenen Bedürfnissen. Diese unterscheiden sich je nach Art der konsumierten Nachrichten. Matt Nisbet unterscheidet grundsätzlich

⁹⁴ Vgl. Schicha 2005, S. 34

⁹⁵ Vgl. Ebd. S. 34

zwischen „Hard News“ und „Soft News“. „*Hard news*“ refers to coverage of breaking events involving top leaders, major issues, or significant disruptions in the routines of daily life, such as an earthquake or airline disaster. Hard news has traditionally been considered essential for an informed and participatory citizenry. "Soft news," on the other hand, is news unrelated to public affairs or policy, and is typically more sensational, more personality or celebrity oriented, less time-bound ... and more incident-based than hard news".⁹⁶

Nach dieser Unterscheidung würden Informationen über einen Krieg grundsätzlich als "Hard News" gelten, da sie die tägliche Routine durchbrechen und Folgen für die Bevölkerung eines Landes haben können. Das würde allerdings der bereits behandelten „Abneigung“ gegen Nachrichten, die reine Fakten beinhalten, und dem Unterhaltungsdrang des Rezipienten widersprechen. Nach den vorangegangenen Ausführungen wurde bereits deutlich, dass der Rezipient in Kriegsnachrichten vorrangig Unterhaltung sucht, gleichzeitig dennoch einen kleinen Teil an Information finden möchte.

Aufgrund von technologischem Fortschritt ist es zu einem "*walling off*" between hard news and soft news⁹⁷, also einer „Verbindung“ dieser beiden Nachrichtenformen gekommen, was nicht zuletzt auch durch die veränderten Nachrichtenbedürfnisse der Rezipienten unterstützt wird.

Thomas Patterson, Professor of Government and the Press an der Harvard University, hat mit einer Studie 2001 diese Veränderung untermauert. Die Studie zeigt, dass "soft news" im Vergleich zwischen 1980 und 2001 in den verschiedenen Bereichen zugenommen haben. Die tatsächlichen Informationen, also die „Hard News“ weichen zum Großteil unterhaltenden Nachrichten, in die einige „Hard News“ verpackt werden, um für den Rezipienten weiterhin interessant zu sein.

⁹⁶ Vgl. Nisbet Matt (30.4.2001), Verz. Nr. 18, That's Infotainment, <http://www.csicop.org/genx/infotainment/>

⁹⁷ Vgl. Nisbet Matt (30.4.2001), Verz. Nr. 18, That's Infotainment, <http://www.csicop.org/genx/infotainment/>

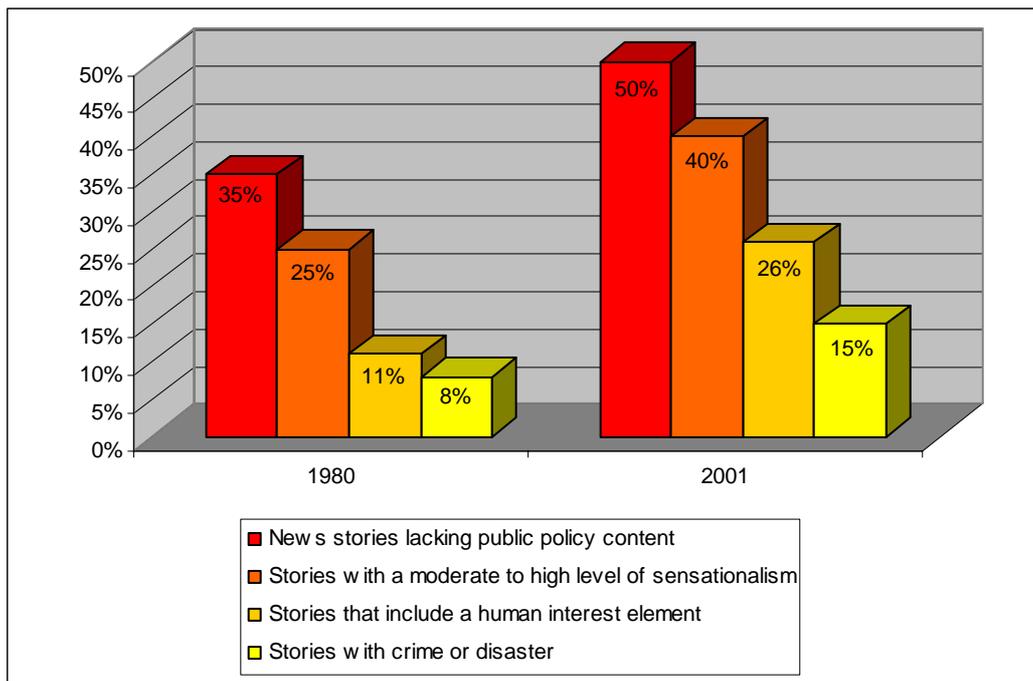


Abbildung 4: Eigene Darstellung: Die Zunahme der "Soft News" am Nachrichtensektor

(Quelle: Vgl. Nisbet Matt (30.4.2001), Verz. Nr. 18, That's Infotainment, <http://www.csicop.org/genx/infotainment/>)

Diese Veränderung in der Nachrichtenpräsentation findet sich, wie angesprochen, auch in der Kriegsberichterstattung wieder. Die „Hard News“ über militärische Fortschritte, politische Veränderungen, Oper etc. werden mit Hilfe von Live-Bildern von der Front, Videosequenzen und aufbereiteten Grafiken zu „Soft News“.

Konsequenz dieser Reduktion der „Hard News“ ist die Reduktion der Objektivität, auf die in den „Soft News“ weniger Wert gelegt wird. Auf die Objektivitätsproblematik wird die Verfasserin im nächsten Abschnitt näher eingehen.

Grundsätzlich kann die Hypothese dennoch bestätigt werden, denn TV-Stationen haben großen Einfluss auf den Meinungsbildungsprozess der Rezipienten. Die Anpassung der Nachrichtenpräsentation verstärkt diesen Einfluss zusätzlich. Je mehr Bedürfnisse der Rezipienten mit den Nachrichten erfüllt werden, desto eher hat die TV-Station Einfluss auf das Akzeptanzniveau.

3. Der Objektivitätsfaktor in den Kriegsnachrichten

*„Objektivität ist dann möglich,
wenn den Journalisten bewusst ist
aus welchem Blickwinkel sie berichten,
dass sie einer Zensur ausgesetzt sind
und sie dies dem Leser, respektive
dem Zuschauer vermitteln können“.⁹⁸*

3.1. Vom Ereignis zur Nachricht

Um den Objektivitätsfaktor von Kriegsnachrichten analysieren zu können, muss zunächst die Entstehung einer Nachricht für das Fernsehen beschrieben werden. Die Verfasserin hat bis zu diesem Zeitpunkt die Beeinflussung dieses Entstehungsprozesses durch die Politik und den Rezipienten näher erläutert. In diesem Abschnitt soll nun auf die Beeinflussung durch den Journalisten selbst eingegangen werden, der die Entstehung steuert und somit einen entscheidenden Faktor in der Objektivitätsfrage darstellt.

Nach Kepplinger⁹⁹ basiert die Nachrichtengestaltung auf drei unterschiedlichen Arten von Ereignissen: Das genuine Ereignis, das mediatisierte Ereignis und das inszenierte Ereignis.

Unter dem genuinen Ereignis versteht man das real existierende Ereignis vor Ort, das von den Massenmedien unabhängig ist, wodurch auch der Journalist selbst keinen Einfluss auf dieses Ereignis hat. Die Verzerrung des eigentlichen Ereignisses beginnt somit erst bei der Gestaltung der Nachricht bzw. bei der Entscheidung, die der Journalist zu treffen hat. Er entscheidet in welche Form das reale Ereignis gebracht wird, und welchen stilistischen Mitteln er sich bedienen wird um dieses darzustellen. Um die Resonanz des Publikums sicherzustellen

⁹⁸ Vgl. Mangold/Ultzsch 2004, S. 77

⁹⁹ Vgl. Kepplinger 1998, S. 662f

wird „...“ die Berichterstattung über das jeweilige Genuine Ereignis durch gewisse manipulative Eingriffe mit einem möglichst hohen Nachrichtenwert „...“ versehen“.¹⁰⁰

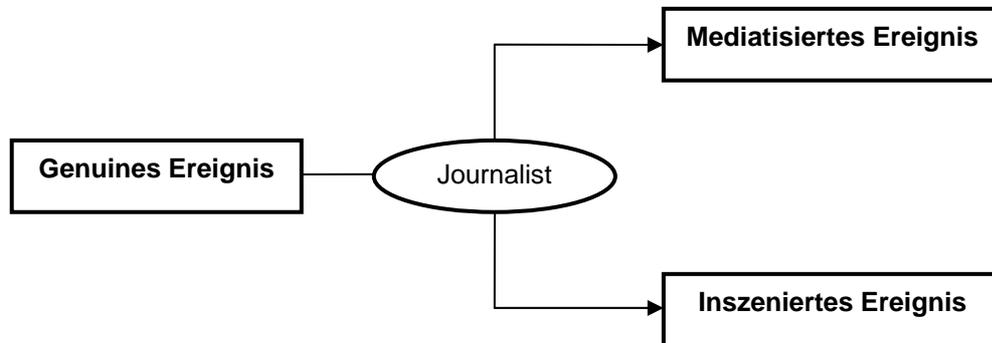


Abbildung 5: Eigene Darstellung: Vom Ereignis zur Nachricht

(Quelle: Vgl. Jahrmarkt 2004, S. 69)

Einerseits kann der Journalist ein mediatisiertes Ereignis daraus formen, welches Geschehnisse sind, „... die zwar unabhängig von den Medien stattfinden, deren Charakter jedoch mit Blick auf die Medien verändert wurde“.¹⁰¹ Als Beispiel für diese Art der manipulierten Nachrichten wird häufig die Inszenierung von gefährlichen Situationen bei Live-Übertragungen genannt. Wenn Korrespondenten während einer Live-Übertragung z.B.: Gasmasken aufsetzen, obwohl deutlich wird, dass sie sich nicht in einer Gefahrensituation befinden, so spricht man von einem mediatisierten Ereignis. Der Rezipient „... interpretiert das genuine Ereignis durch dessen Mediatisierung als weitaus gefährlicher und damit als sensationeller als es eigentlich der Fall ist“.¹⁰²

Andererseits kann der Journalist das Ereignis, durch ein inszeniertes Ereignis, noch stärker verfälschen und den Nachrichtenwert somit enorm steigern. In diesem Zusammenhang sprechen viele Experten von der Schaffung von „Pseudoereignissen“, die nur für die mediale Verbreitung geschaffen werden. Diese Form von Inszenierung wird besonders häufig in der Kriegsberichterstattung verwendet und bewusst als Propagandamittel eingesetzt. Steffen Jahrmarkt nennt

¹⁰⁰ Vgl. Jahrmarkt 2004, S 69

¹⁰¹ Vgl. Kepplinger 1998, S. 662f

¹⁰² Vgl. Jahrmarkt 2004, S. 70

hier ein Beispiel aus dem Golfkrieg 1991, wo das Ereignis, dass irakische Soldaten hunderte kuwaitische Babys getötet hätten, nachweislich erfunden wurde, um einerseits den Nachrichtenwert zu steigern und andererseits Legitimationsgründe für den Krieg aufzubauen.

In diesem Abschnitt wird deutlich, dass unabhängig davon, ob ein Ereignis zur Gänze erfunden oder nur zum Teil verfälscht wurde, die gezielte Manipulation auf der Steigerung des Nachrichtenwertes basiert. An dieser Stelle zieht die Verfasserin auch den Rückschluss auf die Nachrichtenbedürfnisse der Rezipienten. Die Verfälschung der Realität, die durch die Journalisten betrieben werden kann, dient der Erzielung von hohen Einschaltquoten und ökonomischen Interessen des Unternehmens.

3.2. Der Nachrichtenwert eines Ereignisses

Der Journalist erfüllt im Auswahlprozess von Nachrichten die wahrscheinlich wichtigste Funktion. Galtung und Ruge gehen davon aus, dass der Journalist Entscheidungen über den Inhalt der Nachrichten aufgrund von Schlüsselreizen trifft. *„... every link in the chain reacts to what it receives fairly much according to the same principles. The journalist scans the phenomena ... and selects and distorts, and so does the reader when he gets the finished product, the news pages, and so do all the middle-men“*.¹⁰³

Roland Burkart betont in diesem Zusammenhang zusätzlich, dass Nachrichtenberichterstattung aus diesem Grund nie umfassend und vollständig sein kann, denn *„Ereignisse werden erst dadurch zu Nachrichten, dass Sie aus der Totalität und Komplexität des Geschehens ausgewählt werden“*.¹⁰⁴

Durch diese Selektion ist der Journalist maßgeblich für den Erhalt des Meinungspluralismus verantwortlich, denn sowohl die Inhalte, die in den

¹⁰³ Vgl. Galtung/Ruge 1987, S. 135

¹⁰⁴ Vgl. Burkart 2002, S. 275

Nachrichten behandelt werden, als auch die, die bewusst nicht gesendet werden, haben Einfluss auf die Meinungsvielfalt. Die subjektive Selektion durch den Journalisten stellt außerdem einen Faktor zur Objektivitätsreduktion dar, auf den die Verfasserin zu einem späteren Zeitpunkt zu sprechen kommen wird.

Basierend auf den drei genannten Stufen, die eine Nachricht auf ihrem Entstehungsweg durchläuft, sind im Laufe der Zeit drei Forschungsansätze entstanden, die sich dem Selektionsprozess im Nachrichtenfluss basierend auf dem Nachrichtenwert widmen: die Gatekeeper-Theorie, die News-Bias-Theorie und die Nachrichtenwerttheorie.

3.2.1. Die Gatekeeper-Theorie

Die Gatekeeper-Theorie bezeichnet den Journalisten als „Schleusenwärter“, der darüber entscheidet welche Themen in den Nachrichten behandelt werden und welche nicht. Die Selektionsentscheidung des Journalisten ist allerdings, wie bereits erwähnt, in ein Unternehmen eingebettet, dessen „Linie“ verfolgt werden muss. *„Damit ist gemeint, dass kein Journalist als isoliertes Individuum zu betrachten ist, sondern stets auch Mitglied einer „Nachrichtenbürokratie ist ...“*¹⁰⁵

3.2.2. Die News-Bias-Theorie

Die News-Bias-Theorie beschäftigt sich mit der Ausgewogenheit der Inhalte in den Nachrichten. Der Journalist hat, im Rahmen des Selektionsprozesses, grundsätzlich darauf zu achten, dass die Vielfalt der Informationen für die Nachrichten zwar reduziert wird, allerdings gleichzeitig Themen- und Meinungsvielfalt gegeben ist. Basierend auf diesem theoretischen Ansatz wurden *„Unausgewogenheiten, Einseitigkeiten und politische Tendenzen in der Medienberichterstattung [ge]messen sowie [versucht] Aufschluss über deren Ursachen zu erlangen“*¹⁰⁶

¹⁰⁵ Vgl. Robinson 1973, S. 346

¹⁰⁶ Vgl. Staab 1990, S. 27

Roland Burkart spricht in seinem Buch „Kommunikationswissenschaft“ von durchgeführten Experimenten, die Aufschluss über die Ausgewogenheit von Nachrichtenauswahl geben sollten. Es zeigte sich eindeutig, *„... dass subjektive Einstellungen .. einen bedeutenden Einfluss auf die tatsächliche Nachrichtengebung besitzen ... [und], ... dass die Nachrichtengebung einseitig der jeweiligen redaktionellen Linie folgte ...“*.¹⁰⁷

3.2.3. Die Nachrichtenwerttheorie

Im Unterschied zur „Gatekeeper-Theorie“, die ausschließlich den Journalisten und dessen Selektionsprozess beobachtet, setzt die Nachrichtenwerttheorie bereits bei der Wahrnehmung des Ereignisses an. Dieser theoretische Ansatz beschäftigt sich folglich mit der Frage, welche Faktoren ein Ereignis erfüllen muss, um zur Nachricht zu werden.

In jahrzehntelangen Studien entwickelten Experten einen Katalog von Nachrichtenfaktoren, die erfüllt werden müssen, um ein Ereignis als Nachricht verarbeiten zu können, d.h. Faktoren anhand derer die „Publikumswürdigkeit“ der Nachrichten festgelegt werden kann. Die Ergebnisse dieser Forschungen basieren auf der Annahme, dass *„die Journalisten mehr oder weniger implizite Vorstellungen davon haben, was den Interessen und Wünschen des Publikums entspricht ...“*.¹⁰⁸ Aufgrund dieser Annahme entwickelte Einar Östgaard Nachrichtenfaktoren, die für die Selektion und Verarbeitung von Information entscheidend sind.

3.2.3.1. Nachrichtenfaktoren nach Östgaard

Basis der Forschung von Östgaard ist die Annahme, dass es einen *„... systematischen Zusammenhang zwischen bestimmten Ereignissen bzw. ihren Merkmalen und ihrem Nachrichtenwert ...“*¹⁰⁹ gibt.

¹⁰⁷ Vgl. Burkart 2002, S 278

¹⁰⁸ Vgl. Ebd. S. 279

¹⁰⁹ Vgl. Ebd. S. 279

Östgaard definierte drei zentrale Nachrichtenkomplexe, die durch das Publikum gesteuert, die Nachrichtenselektion beeinflussen:

- Einfachheit
Anstatt komplexer Inhalte und Informationen werden einfach strukturierte Nachrichten bevorzugt.

- Identifikation
Ereignisse, die eine gewisse räumliche, zeitliche und kulturelle Nähe zum Publikum aufweisen werden bevorzugt, um die Identifikation mit dem Ereignis zu fördern.

- Sensationalismus
Je dramatischer und emotional erregender Nachrichteninhalte sind, desto mehr sprechen sie das Publikum an.

Aufbauend auf den von Östgaard definierten Nachrichtenkomplexen wurden weitere Nachrichtenfaktoren entwickelt, auf die die Verfasserin im Folgenden eingehen wird.

3.2.3.2. Nachrichtenfaktoren nach Galtung und Ruge

Galtung und Ruge erweiterten und differenzierten den Nachrichtenfaktoren-Katalog von Östgaard und bestimmten insgesamt 12 Nachrichtenfaktoren¹¹⁰.

- Frequenz
Die Frequenz beschreibt die Zeitspanne, die ein Ereignis benötigt um die notwendige Bedeutung für die Verwendung in den Nachrichten zu erlangen.

- Schwellenfaktor
Der Schwellenfaktor beschreibt die Barriere, die ein Ereignis aufgrund der Selektion überwinden muss, um zur Nachricht zu werden.

¹¹⁰ Vgl. Galtung/Ruge 1987, S. 129ff

- Eindeutigkeit
Wie bereits von Östgaard festgestellt, muss ein Ereignis einfach gestaltet werden können, um einen hohen Nachrichtenwert zu erzielen.
- Bedeutsamkeit
Auch diesen Faktor hat Östgaard unter dem Terminus „Identifikation“ zusammengefasst. Je mehr sich der Rezipient mit den Inhalten identifizieren kann, desto höher ist der Nachrichtenwert.
- Konsonanz
Die Ereignisse sollten, wie auch Östgaard bereits beschrieben hat, mit den Wünschen und Interessen übereinstimmen.
- Überraschung
Unvorhersehbarkeit und Seltenheit erhöhen den Nachrichtenwert eines Ereignisses.
- Kontinuität
Dieser Faktor betrifft große Ereignisse, über die nicht nur einmal sondern fortlaufend berichtet wird. Ein Beispiel hierfür wäre die Kriegsberichterstattung.
- Variation
Wie bereits angesprochen sind Medien respektive Journalisten für den Erhalt der Informationsvielfalt verantwortlich. Um diesem Informationsauftrag nachzukommen, können gelegentlich auch „unwichtigere“ Themen zu Nachrichten werden.
- Bezug auf Elite-Nation
Je mehr eine Elite-Nation (beispielsweise die USA) in ein Ereignis einbezogen ist, desto mehr wird darüber berichtet.

- Bezug auf Elite-Personen

Diese Tatsache gilt auch für Elite-Personen. Zudem identifiziert sich der Rezipient noch mehr, wenn Einzelschicksale behandelt werden.

- Personalisierung

Wenn ein Ereignis auf individuelle Handlungen zurückgeführt werden kann, steigt dessen Nachrichtenwert.

- Negativismus

Negativereignisse wie Kriege und Krisen werden am häufigsten zu Nachrichten.

Diese Nachrichtenfaktoren sind keineswegs unabhängig voneinander zu betrachten. Das Zusammenwirken dieser Faktoren wurde von Galtung und Ruge durch fünf Hypothesen definiert, ohne diese allerdings empirisch zu überprüfen.

Die Selektionshypothese geht davon aus, dass die Nachrichtenselektion aufgrund der Nachrichtenfaktoren durchgeführt wird, d.h. je mehr Nachrichtenfaktoren ein Ereignis erfüllt, desto eher wird es zur Nachricht.

Wenn ein Ereignis die Selektionsbarriere überwunden hat, tritt die Verzerrungshypothese in Kraft, die besagt, dass Nachrichten auf die Wünsche des Publikums „zugeschnitten“ und somit verzerrt werden.

Durch die Wiederholung (Wiederholungshypothese) von Selektion und Verzerrung werden deren Auswirkungen verstärkt. Je öfter diese Wiederholung stattfindet, desto weniger objektive Elemente bleiben erhalten.

Die Additivitätshypothese besagt, dass *„je mehr Faktoren auf ein Ereignis zutreffen, desto eher wird es zur Nachricht“*.¹¹¹

¹¹¹ Vgl. Brandstätter 2001, S. 36

Da nicht alle Ereignisse das gesamte Spektrum an Nachrichtenfaktoren aufweisen, kann das Fehlen eines Nachrichtenfaktors durch die Hervorhebung eines anderen komprimiert werden. (Komplementaritätshypothese)

3.2.3.3. Nachrichtenfaktoren nach Schulz

Winfried Schulz hat die von Galtung und Ruge definierten Nachrichtenfaktoren in sechs Nachrichtendimensionen eingeordnet. Er hat nicht nur das Vorhandensein von Nachrichtenfaktoren untersucht, sondern auch deren Intensität.

Die definierten Nachrichtendimensionen Zeit, Nähe, Status, Dynamik, Valenz und Identifikation beinhalten die bereits genannten Faktoren von Galtung und Ruge und werden von Schulz nur minimal ergänzt.

Anders als Östgaard oder Galtung und Ruge sieht Schulz Nachrichtenfaktoren nicht mehr als Merkmale von Ereignissen an. *„Als zentralen Indikator für die Bedeutung der Nachrichtenfaktoren betrachtet er .. den Nachrichtenwert von Ereignissen oder Meldungen, den er als eine journalistische Hilfskonstruktion zur Erleichterung der notwendigen Selektionsentscheidungen“.*¹¹²

Dieser Abschnitt verdeutlicht die Tatsache, dass bereits die Nachrichtenselektion einer enormen Objektivitätsreduktion unterliegt. Einerseits findet eine subjektive Selektion durch den Journalisten statt, der sich in seiner Auswahl an dem Vorhandensein der Nachrichtenfaktoren orientiert. Andererseits wird diese Auswahl aufgrund von den Bedürfnissen und Interessen der Rezipienten getroffen, denn mit Hilfe der Nachrichtenfaktoren soll die Aufmerksamkeit der Rezipienten gewonnen werden. Objektive Berichterstattung scheint in diesem Zusammenhang deshalb nicht möglich.

¹¹² Vgl. Staab 1990, S. 81

3.3. Modelle der Nachrichtenselektion

Kepplinger und Staab definieren auf der Grundlage der Nachrichtenfaktoren zwei unterschiedliche Modelle der Nachrichtenselektion.

Bis zu diesem Zeitpunkt wurde davon ausgegangen, dass Nachrichtenfaktoren alle Merkmale eines Ereignisses darstellen. *„In dieser kausalen Betrachtungsweise der Nachrichtenauswahl werden die Nachrichtenfaktoren von Ereignissen bzw. Meldungen ja als Ursache und die journalistischen Selektionsentscheidungen als Wirkung betrachtet“.*¹¹³

Dieses kausale Nachrichtenselektions-Modell vernachlässigt allerdings die Möglichkeit, dass Journalisten mit der Selektion von Ereignissen auch selbst Ziele verfolgen können. Studien im Rahmen der bereits angesprochenen News Bias Forschung haben jedoch ergeben, *„... dass Journalisten durchaus politisch handeln, indem sie insbesondere bei gesellschaftlich relevanten und konfliktreichen Themen (bewusst oder unbewusst) einseitig berichten ...“.*¹¹⁴

Hier schließt sich der Kreis zu den bereits angesprochenen Problemen der Nachrichten im Allgemeinen und im Speziellen in der Kriegsberichterstattung. Krieg ist eines der bedeutendsten gesellschaftlich relevanten und konfliktreichsten Themen, mit dem eine Nation in Berührung kommen kann. Die Theorie, dass Journalisten in diesem Fall eher einseitig berichten, lässt sich also nicht nur auf den politischen Einfluss zurückführen, sondern auch auf Faktoren, die die Nachricht für das Publikum interessanter machen. An dieser Stelle wird die wechselseitige Beeinflussung der Nachrichteninhalte durch den Rezipienten wie auch durch den Journalisten selbst deutlich.

Hans Mathias Kepplinger erweitert diese kausale Theorie um die „Instrumentelle Aktualisierung“ und verweist auf ein finaleles Nachrichtenselektions-Modell. Diese Theorie besagt: *„Aus einer finalen Perspektive der Nachrichtenauswahl werden*

¹¹³ Vgl. Staab 1990, S. 93

¹¹⁴ Vgl. Burkart 2002, S. 284

*Selektionsentscheidungen von Journalisten nicht als eine direkte Reaktion auf Realitätsreize gesehen, sondern als zielgerichtete Handlungen“.*¹¹⁵

Das bedeutet, dass der Grund für die Veröffentlichung von ausgewählten Themen als Nachrichten nicht die Relevanz für den Rezipienten ist, sondern dass die Kommunikatoren bestimmte Ziele mit der Selektion verfolgen.

An dieser Stelle bestätigt sich die Vermittlerfunktion der Massenmedien, die besonders in Kriegssituationen gerne „missbraucht“ wird. Kepplinger stellt hierzu fest, dass mit Hilfe von Meldungen Rezipienten auch gezielt Konfliktlösungen bzw. politische Entscheidungen nahegelegt werden.

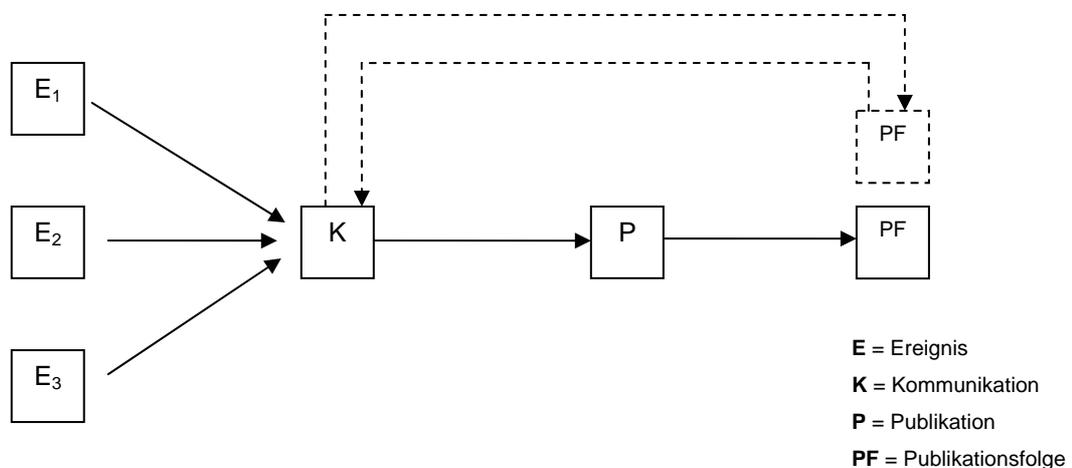


Abbildung 6: Instrumentelle Aktualisierung

(Quelle: Vgl. Kepplinger 1989b, S. 12)

Die Grafik verdeutlicht die Absicht hinter der finalen Nachrichtenselektion. Journalisten wählen demnach „... bestimmte Ereignisse oder Themenaspekte aus, die durch ihre Publikation dann möglicherweise tatsächlich die antizipierten Folgen bewirken“.¹¹⁶

Die Vorgehensweise kann anhand eines Beispiels aus der Kriegsberichterstattung erläutert werden. Die Meldung, der Irak baue Massenvernichtungswaffen und plane damit früher oder später einen Anschlag auf die westliche Welt, indiziert eindeutig eine Gefahr für die Bevölkerung eines westlichen Landes. Medien, die einen Krieg gegen den Irak unterstützen

¹¹⁵ Vgl. Burkart 2002, S. 284

¹¹⁶ Vgl. Staab 1990, S. 97

(beispielsweise CNN und Fox), werden diese Meldung zu einer Nachricht machen und veröffentlichen. Medien, die diesen Krieg nicht wollen, werden die Nachricht vielleicht auch veröffentlichen, dieser aber wesentlich weniger Bedeutung beimessen bzw. dramatische Elemente durch Hintergrundinformation ersetzen. Durch die Veröffentlichung dieser Nachricht verfolgen Medien die Legitimation des Kriegs durch die Bevölkerung. Hier wird wieder deutlich, dass Medien, vor allem im Bereich der Kriegsberichterstattung, als Legitimationsplattform genutzt werden.

3.4. Funktionen von Nachrichten

Im Gegensatz zu den meisten Experten beschreibt L.A. Wenner die Funktionsumgebung der Nachrichten mit Hilfe des „Gratification-Web“. Diese umfasst Gratifikationen, die den Rezipienten durch die Nutzung von Fernsehnachrichten vermittelt werden können, sprich welche Funktionen Nachrichten dem Rezipienten gegenüber aufweisen. Die Gratifikationen werden entlang einer Inhalts- und einer Prozessdimension angeordnet.

So genannte Orientierungsgratifikationen, die dem Rezipienten dabei helfen sich in seiner Welt zurechtzufinden, weisen eine hohe Ausprägung auf der Inhaltsdimension auf. Dieses Merkmal trifft auch auf soziale Gratifikationen zu. Man spricht hiervon, wenn der Rezipient den Nachrichteninhalt zur sozialen Interaktion nutzt. Gratifikationen der Para-Orientierung hingegen, weisen eine verstärkte Ausprägung auf der Prozessdimension auf und sind mit dem Unterhaltungsdrang und emotionalen Bedürfnissen des Rezipienten verbunden.

Betrachtet die Ausführungen von L.A.Wenner aus der Sicht der Kriegsberichterstattung, so können zwei Funktionen deutlich herausgestrichen werden – die Informationsfunktion und die Unterhaltungsfunktionsfunktion. Einerseits sucht der Rezipient nach Informationen über die Geschehnisse und möchte sich mit den Nachrichten auf dem Laufenden halten, andererseits verfällt

er allerdings auch dem Drang nach Unterhaltung, der auch beim Konsum von Nachrichten gestillt werden soll.

Weiters spielt die Sozialisationsfunktion beim Nachrichtenkonsum eine entscheidende Rolle. Nachrichteninhalte sind oftmals Teil von sozialer Kommunikation. Über die Inhalte zumindest im Überblick Bescheid zu wissen, ist ein wichtiger Faktor der sozialen Akzeptanz.

Zusätzlich suchen Rezipienten angesichts der Informationsflut nach Orientierung – man spricht hier von der Orientierungsfunktion der Nachrichten. Wie bereits angesprochen, sind die in Nachrichten gebrachten Inhalte kaum objektiv und wertfrei. Nachrichten geben dem Rezipienten meist eine aufbereitete Meinung vor, die aufgrund der Informationsflut meist übernommen wird.

Schließlich hat sich im Laufe dieser Arbeit, ohne in diesem Moment auf die Ausführungen von Wenner einzugehen, eine weitere Funktion der Nachrichten heraus kristallisiert – die Legitimationsfunktion. Diese Funktion kommt vor allem im Bereich der Politik zum Tragen. Die Nachrichten dienen als Legitimationsplattform für politische Entscheidungen.

Diese hier angesprochenen Funktionen von Nachrichten bilden den Grundstock der Objektivitätsproblematik, die in den folgenden Kapiteln näher behandelt wird.

3.5. Das theoretische Objektivitätsmodell

Die Diskussion über Definition und Realisierbarkeit von Objektivität in den Nachrichten führt zu keinem eindeutigen Ergebnis. Experten sind sich ausschließlich darüber einig, dass absolute Objektivität nicht erreichbar ist, sondern lediglich ein Annäherungswert bzw. das Bemühen um Objektivität anstrebbbar sein kann. Nach Abend kann dies nur durch genaue Recherche, Diskussion in der Redaktion, differenzierte Darstellung und Problembewusstsein möglich sein.

Basierend auf dieser Ausgangssituation definierten Experten Objektivitätskriterien, mit Hilfe derer eine Annäherung an objektive Nachrichten möglich werden kann.

3.5.1. Formen von Objektivität

Experten versuchen das Objektivitätsproblem durch eine Aufspaltung in mehrere Formen zu lösen. Durch diese Differenzierung soll eine Erreichung von Objektivität in den Nachrichten leichter ermöglicht werden.

3.5.1.1. Innere und Äußere Objektivität

Die Differenzierung nach Innerer und Äußerer Objektivität ist auf Walther La Roche zurückzuführen. Demnach ist Äußere Objektivität durch sorgfältige Recherche und dem Bemühen nach korrekter Berichterstattung, unter Einhaltung formaler Prinzipien, durch den Journalisten selbst erreichbar. Faktentreue, die Information des Publikums über unsichere Information, die Richtigkeit und Vollständigkeit der Darstellung, sowie der Verzicht auf Meinungsäußerung und Floskeln begünstigen eine objektive Darstellung durch den Journalisten.

Auf die Innere Objektivität hat der Mensch laut La Roche keinen Einfluss. Die Wahrnehmung und auch die Weltanschauung der Rezipienten differiert enorm. Eine objektive Darstellung für alle Rezipienten ist demnach nicht möglich.

3.5.1.2. Additive und Reduktive Objektivität

Saxer konzentriert sich auf die Reduktion der Komplexität durch die Medienunternehmen. Diese findet auf subjektive Weise statt, weshalb sich Saxer auf die Neutralisierung der Subjektivität, auf additive und reduktive Weise, konzentriert.

Reduktive Objektivität wird, wie schon La Roche feststellte, durch die Unterdrückung subjektiver - also persönlicher - Ansichten der Journalisten erreicht. Allerdings wird heute oftmals versucht, objektive Berichte durch eine Aneinanderreihung von subjektiven Standpunkten, d.h. durch Additive Objektivität, zu erzielen. Die Vielfalt von Standpunkten in der Berichterstattung ist ein entscheidender Objektivitätsfaktor, allerdings nur, wenn die Standpunkte dennoch gut recherchiert und nicht subjektiver Natur sind.

Diese Formen lassen sich allerdings in der Praxis nur sehr schwer realisieren, da subjektive Elemente nie vollständig ausgeschlossen werden können.

3.5.1.3 Subjektbezogene und Objektbezogene Objektivität

Riklin unterscheidet Objektivität als Eigenschaft einer Tatsachendarstellung oder als subjektive Verhaltensweise einer Person.

Der subjektive Charakter wird von Riklin in der gleichen Weise beschrieben wie von Saxer und La Roche. Die Objektbezogene Objektivität ist nach Riklin nicht nur sachlich, sondern besteht aus allgemein gültigen Darstellungen.

Dennoch ist auch in dieser Unterscheidung die Problematik des Subjektivitätsfaktors auffällig. Anzustreben ist demnach die ausgeprägte Objektbezogene Objektivität, um den Subjektivitätsfaktor zumindest zu reduzieren.

3.5.1.4. Medienobjektivität und Journalistische Objektivität

Bentele differenziert nach Objektivität als Norm im Mediensystem (Medienobjektivität) und Objektivität als Norm für den einzelnen Journalisten (Journalistische Objektivität).

Medienobjektivität ist eine von allen Medien anzustrebende Norm und Aufgabe. Medienunternehmen haben demnach darauf zu achten, dass die gebrachten Inhalte einen möglichst hohen Objektivitätsfaktor aufweisen.

Die Journalistische Objektivität definiert sich nach Bentele in der Praxis nach Postulaten, die im Grunde den bereits behandelten Objektivitätskriterien entsprechen. Journalistische Objektivität kann demnach durch Einhaltung des Wahrheitspostulates, des Vollständigkeitspostulates, des Trennungspostulates, des Strukturierungspostulates, des Transparenzpostulates, des Postulates der Gefühlsvermeidung, des Neutralitätspostulates und des Postulates zur Vermeidung von Meinungsverzerrung erreicht werden.¹¹⁷

3.6. Kriterien der Objektivität

Im Rahmen der Erläuterung der Objektivitätskriterien soll, basierend auf den voran gegangenen Ausführungen, folgende Hypothese falsifiziert bzw. verifiziert werden: „Objektive Kriegsnachrichten und hohe Einschaltquoten widersprechen einander und können daher unmöglich gleichzeitig realisiert werden.“

Wie die Möglichkeit der Erreichung objektiver Nachrichten sind auch die Kriterien, die Objektivität ausmachen, umstritten. Zahlreiche Experten haben sich mit der Frage, welche Kriterien eine Nachricht erfüllen muss um als objektiv zu gelten, beschäftigt. Aus den verschiedenen Ergebnissen gehen sechs Objektivitätskriterien hervor.

Wie bereits erwähnt, ist es nicht möglich, absolute Objektivität zu erreichen. Aus diesem Grund stellt die Erfüllung der folgenden Objektivitätskriterien nur eine Steigerung des Objektivitätsfaktors dar, d.h. je mehr Kriterien ein Bericht bzw. eine Nachricht erfüllt, desto höher ist die Intensität der Objektivität.

¹¹⁷ Vgl. Bentele 1988, S. 400

Heun 1975	Westerstahl 1983	Bentele 1988	Russ-Mohl 1992	Schatz/ Schulz 1992	
	Factuality	Nachprüf- barkeit		Sachge- rechtigkeit	
Auswahl	Relevance	Vollständig- keit	Nachrichten- werte Hintergrund	Relevanz	RELEVANZ
Verhältnis zur Realität	Truth	Richtigkeit	Faktentreue	Richtigkeit	RICHTIGKEIT
	Impartiality		Trennung von Nachricht & Meinung	Unparteilich- keit	
Gestaltung	Neutrality			Neutralität	SACHLICHKEIT
Auswahl	Balance		Ausgewogen- heit	Ausgewogen- heit	AUSGEWOGENH.
			Vielfalt		VIELFALT
		Transparenz			TRANSPARENZ

Abbildung 7: Aspekte von Objektivität in der Kommunikationsforschung

(mod.) (Quelle: Hagen 1995, S. 51)

Im Folgenden wird die Verfasserin auf die aus der Grafik hervorgehenden Objektivitätskriterien näher eingehen.

3.6.1. Relevanz

Die Relevanz eines Ereignisses wird über die Intensität und Nähe zur gesellschaftlichen und persönlichen Situation der Rezipienten bestimmt. Generell muss ein Ereignis, das in den Nachrichten behandelt wird, zumindest ein bestimmtes Potential an Relevanz besitzen, da dies, wie im Rahmen der Nachrichtenfaktoren bereits besprochen, die Voraussetzung für die Veröffentlichung darstellt.

Die Relevanzentscheidung an sich beschreiben Schicha und Brosda als Instrument zur Reduktion der Komplexität von Informationen. In Bezug auf die Selektionsentscheidung unterscheiden sie weiter zwischen interner und externer Relevanz.

Unter interner Relevanz wird die Darstellung von Ursachen und Folgen eines Ereignisses verstanden. D.h. beispielsweise, die Öffentlichkeit auch über die Folgen oder die möglichen Auswirkungen eines Krieges aufzuklären.

Die externe Relevanz beschreibt die Entscheidung für ein bestimmtes Thema, welche zumeist aufgrund der bereits behandelten Nachrichtenfaktoren getroffen wird.

Die Relevanzentscheidung eines Themas wird allerdings in nahezu jedem Bereich der Nachrichtenproduktion getroffen. *„Auch Platzierungsentscheidungen, Entscheidungen über Gewichtung der einzelnen Themen und ihre Aufmachung und vor allem die „Feinauswahl“ von Einzelinformationen eines Themas werden unter Relevanzgesichtspunkten gefällt“.*¹¹⁸

Nach Schatz und Schulz werden Relevanzentscheidungen auch basierend auf der Tatsache der unterschiedlichen Intensität von Relevanz für verschiedene Bevölkerungsgruppen getroffen. Hierzu unterscheiden sie drei verschiedene Ebenen bzw. Relevanzniveaus: die Mikroebene (Individualebene), die Mesoebene (Institutionen) und die Makroebene (Gesamtgesellschaft).

Themen, die in den Nachrichten behandelt werden, weisen auf jeder Ebene eine andere Relevanzintensität auf, da diese von den direkten und indirekten Auswirkungen auf die Ebenen abhängt.

3.6.2. Richtigkeit

Das Objektivitätskriterium „Richtigkeit“ kann selbst nicht eindeutig geprüft und nachgewiesen werden. Aus diesem Grund bedienen sich Journalisten anderer Objektivitätskriterien, deren Ausprägung auch Aussagen über die Richtigkeit einer Nachricht zulassen.

¹¹⁸ Vgl. Schicha/Brosda 2000, S. 81

Nach Schicha und Brosda kann Richtigkeit anhand von Quellenvielfalt, Quellentransparenz, Vielfalt an unterschiedlichen Positionen zu einem Thema und der angestrebten Vollständigkeit der Inhalte überprüft werden.

Das Ziel, richtig zu berichten, kann demnach durch möglichst fehlerfreie und widerspruchslöse Berichterstattung erreicht werden. Grundlage dafür stellt die gründliche und detaillierte Recherche dar.

In Österreich ist das Kriterium der Richtigkeit auch als „Wahrheitsgebot“ im Mediengesetz unter §29 „Wahrnehmung journalistischer Sorgfalt“ festgehalten.

3.6.3. Sachlichkeit

Das Kriterium der Sachlichkeit wird oftmals mit Neutralität in Zusammenhang gebracht. Als Grundlage zur Erreichung von sachlicher Berichterstattung nennen Schatz und Schulz die bereits angesprochene Trennung zwischen Nachricht und Meinung, d.h. subjektive Eindrücke des Journalisten sind aus der Nachricht zu streichen. Schönbach unterscheidet diesbezüglich drei Aussageformen in Nachrichten:

- Aussagen über Tatsachen
- Aussagen über Bewertungen von Tatsachen
- Kommentare des Mediums zu den beiden ersten Aussageformen

Während der Rezipient in den ersten beiden Aussageformen keine redaktionellen Meinungen findet, wird in der dritten Aussageform die Meinung des Journalisten, eindeutig gekennzeichnet, indem sie in Form eines Kommentars oder eines Leitartikels eingebaut wird. Im Fernsbereich könnte dies eine Analyse der Situation durch den Journalisten selbst sein, die auch die eigene Meinung bzw. Vermutungen beinhalten kann.

3.6.4. Ausgewogenheit

„Ausgewogenheit ist wie Vielfalt ein Meta-Relevanzkriterium: Sie regeln, für wie wichtig gehalten wird, was andere für wichtig halten“.¹¹⁹ Das Kriterium der Ausgewogenheit beschreibt demnach den Erhalt des Meinungspluralismus durch die Präsentation verschiedener Meinungen und politischer Alternativen. Ausgewogenheit wird in der Literatur oftmals mit dem Kriterium „Vielfalt“ gleichgesetzt, und kann in zwei Dimensionen gespalten werden, wobei nach Schatz und Schulz nur eine mit „Vielfalt“ in Verbindung gebracht werden kann. Einerseits wird Ausgewogenheit im Bereich der Themenauswahl in Nachrichten gefordert, was auch unter dem Kriterium „Themenvielfalt“ zusammengefasst werden kann. Andererseits sprechen Schatz und Schulz von der Ausgewogenheit der Argumente, also dem Verhältnis zwischen Pro- und Contra Meinungen, was ein wesentliches Merkmal von Objektivität darstellt.

Ausgewogenheit ist besonders in der Kriegsberichterstattung von großer Bedeutung. Hierbei ist es wichtig, Argumente und Stellungnahmen von beiden Kriegsparteien zu veröffentlichen, um ein ausgewogenes Bild der Geschehnisse präsentieren zu können. Tatsache ist allerdings, dass vor allem in der Kriegsberichterstattung kaum eine ausgewogene Meinungsdarstellung in den Medien stattfindet, was beispielsweise auf die unterschiedliche Dominanz der Kriegsparteien zurückgeführt werden kann. Wenn beispielsweise amerikanische Medien die mediale Situation im Kriegsgebiet dominieren, ist auch eine gewisse amerikanische Dominanz in der Berichterstattung abzusehen.

3.6.5. Vielfalt

Schatz und Schulz nennen als grundlegende Aufgaben von Massenmedien die Informationsverbreitung und die Unterstützung des Rezipienten beim Meinungsbildungsprozess, was nur durch Vielfalt des Angebotes erfüllt werden kann. Das Kriterium der Vielfalt kann allerdings auf zwei Arten umgesetzt werden, weshalb Sie eine Differenzierung zwischen struktureller und inhaltlicher Vielfalt vornehmen.

¹¹⁹ Vgl. Bentele/Haller 1997, S. 316

Die strukturelle Vielfalt bezieht sich auf die Vielfalt von Programmformen und Programmsparten. Im Bereich der Kriegsberichterstattung könnte hier beispielsweise die Informationsverbreitung durch Live-Berichte, Kurzmeldungen, Nachrichten oder Reportagen verstanden werden.

Die inhaltliche Vielfalt beschäftigt sich mit der Vielfalt an Information und Meinungen, der Vielfalt der behandelten Themen und auch der Vielfalt an in die Nachricht eingebundenen Akteuren. Im Bereich der Kriegsberichterstattung bedeutet dies, dass ein Gleichgewicht zwischen positiven und negativen Themen geschaffen werden soll als auch, dass Akteure d.h. Parteien, Militär, die Zivilbevölkerung aller Kriegsparteien etc. gleichermaßen zu Wort kommen müssen.

Nur durch die Vielfalt an Informationen, Stellungnahmen, Meinungen und unterschiedlichen Darstellungsformen von Informationen kann eine Annäherung an Objektivität in der Kriegsberichterstattung möglich werden. Die Reduktion der Vielfalt bewirkt eine einseitige Berichterstattung.

3.6.6. Transparenz

Aufgrund der Tatsache, dass der Rezipient in den seltensten Fällen die Möglichkeit hat, die Inhalte der Nachrichten auf deren Objektivität zu überprüfen, ist eine hohe Transparenz von großer Bedeutung. Um transparente Berichterstattung nachweisen zu können, müssen folgende Fragen im Bericht beantwortet werden:

- Was ist passiert? (Vorgang)
- Wann ist es passiert? (Zeitraum)
- Wo ist es passiert? (Ort)
- Warum ist es passiert (Anlass)
- Wie ist es passiert? (Ablauf)
- Wer war daran beteiligt? (handelnde Personen oder Quelle)
- Welche Quelle wurde für den Bericht herangezogen?

Besonders aufgrund der Angabe von Quellen können Rezipienten selbst festlegen, wie hoch Sie die Richtigkeit der Inhalte aus den angegebenen Quellen einschätzen. Im Rahmen der Quellenangabe kommt nach Schröter¹²⁰ auch noch die Transparenz der Informationswege hinzu, die ebenfalls über den Objektivitätsfaktor der Nachricht entscheiden. Aus diesem Grund ist es von großer Bedeutung, nicht nur den Verfasser der Nachricht zu nennen, sondern auch Vermittlungsagenturen oder Hintergrundquellen anzuführen.

Eine Wertung der Wichtigkeit der einzelnen Objektivitätskriterien kann kaum vorgenommen werden. Dennoch stufen die Experten Antonia Rados und Karim El-Gawhary im Exklusivinterview die Kriterien Quellenvielfalt, politische Neutralität also Ausgewogenheit, Vielfalt an unterschiedlichen Standpunkten sowie Relevanz als die entscheidenden Objektivitätskriterien ein. Karim El-Gawhary nennt als entscheidendes Objektivitätskriterium außerdem die sachliche und emotionslose Berichterstattung durch die Korrespondenten.

Einschaltquoten spielen eine entscheidende Rolle in der Nachrichtengestaltung. Da sich die Kriterien der Objektivität und die Erreichung hoher Einschaltquoten teilweise widersprechen, scheint die Realisierung beider Ziele kaum möglich. Tatsache ist allerdings, dass beide Ziele unter bestimmten Voraussetzungen dennoch erreichbar sind. Sowohl Antonia Rados als auch Karim El-Gawhary sind der Meinung, dass der Informationsgehalt von Nachrichten nach wie vor der entscheidende Faktor für den Rezipienten ist. Demnach ist die Dominanz eines Themas in der Lage, sowohl die Einschaltquoten als auch den Informationsgehalt zu steigern. Für ersteres zeichnet der TV-Sender verantwortlich. *„... Wenn eine Nachricht so dominant ist – wie zum Beispiel der Irakkrieg, dann ist er berichtenswert ob er nun unterhaltsam ist oder nicht. Das zweite Kriterium für den Sender ist dann die Gesamtsendung, die Mischung. ...“* so Antonia Rados.

Für den Informationsgehalt und einen hohen Objektivitätsfaktor sind großteils die Journalisten verantwortlich, wobei es laut Antonia Rados kaum Unterschiede zwischen amerikanischen und europäischen Journalisten feststellen kann.

¹²⁰ Vgl. Schröter 1995, S. 46

Demnach ist die Realisierung beider Ziele unter der Voraussetzung, dass ein Thema dominant ist und hohe Relevanz auf der Makroebene besitzt, möglich. Die These kann demnach bestätigt werden.

Basierend auf den hier angeführten Objektivitätskriterien und den bereits behandelten vorherrschenden Rahmenbedingungen in der Kriegsberichterstattung, wird die Verfasserin im Folgenden Kapitel die wesentlichen Faktoren der Objektivitätsreduktion in der Kriegsberichterstattung zusammenfassen.

3.7. Faktoren der Objektivitätsreduktion in der Kriegsberichterstattung

Aufgrund der bisherigen Ausführungen kann die Verfasserin einige Faktoren der Objektivitätsreduktion feststellen. Derartige Faktoren lassen sich in allen Bereichen der Nachrichtenproduktion wie auch im Einflussumfeld der Nachricht finden. Gleichzeitig soll in diesem Abschnitt die Hypothese „Krieg ist eine Ausnahmesituation. Kriegsberichterstattung kann deshalb nie objektiv sein.“ falsifiziert bzw. verifiziert werden.

Zum besseren Verständnis teilt die Verfasserin, analog des Aufbaus der Arbeit, die Faktoren der Objektivitätsreduktion nach den Einflussfaktoren Politik, Rezipient und Journalisten auf.

Im Bereich der Politik ist ein entscheidendes Element zur Objektivitätsreduktion die Zensur. Der Erlass von Zensurmaßnahmen bewirkt eine gezielte Einschränkung der journalistischen Arbeit. Durch die Schaffung eines Kontrollorganes, in diesem Fall die Politik bzw. die Regierung, ist objektive Berichterstattung aufgrund der Vorselektion der Information nicht mehr möglich. Meinungsvielfalt und auch Transparenz leiden unter der Zensur. Durch den Einsatz von „Embedded Journalists“ wird diese Form der Objektivitätsreduktion

weiter verstärkt. Durch die physische Nähe und Abhängigkeit der Journalisten vom Militär kommt noch die Reduktion der Sachlichkeit hinzu.

Der Grund für derartige Maßnahmen seitens der Politik, die Legitimation politischer Entscheidungen lässt zudem noch auf die Ausgewogenheit und oftmals auch die Richtigkeit der Inhalte vergessen. Um Legitimation zu erreichen wird die Berichterstattung zugunsten der kriegsführenden Partei geformt. Stellungnahmen anderer Kriegsparteien oder gar Kriegsgegnern finden kaum Platz in den Nachrichten. Um Legitimation zu erreichen, werden Berichte teilweise gezielt inszeniert, was wiederum die Reduktion der Richtigkeit zur Folge hat.

Doch wie in Kapitel 2.5. „Mediale Steuerung durch den Rezipienten“ besprochen, trägt auch der Zuschauer zur Objektivitätsreduktion bei. Der Informations- und Unterhaltungsdrang bildet die Grundlage für die Veränderung der Nachrichtenselektion. Um die Einschaltquoten zu erhöhen, die das wirtschaftliche Überleben eines Medienkonzerns entscheidend mitbestimmen, sind die Produzenten von Nachrichten gezwungen, Inhalte teilweise an die Rezipientenwünsche anzupassen. Demnach findet eine subjektive Reduktion der Komplexität von Nachrichten statt, um diese für den Rezipienten attraktiver zu machen. Im Zuge dieser Selektion leiden zumeist einerseits die Richtigkeit und andererseits auch die Vielfalt der Inhalte. Aufgrund der kurzen Sendezeit müssen aus Zeit- oder Komplexitätsgründen oft entscheidende Inhalte weggelassen werden. Objektivität ist dann nicht mehr gegeben.

Der Journalist stellt im Rahmen der Objektivitätsreduktion den entscheidenden Faktor dar, da er sozusagen an der Quelle der Information sitzt. Doch der Journalist führt nicht nur eine subjektive Nachrichtenselektion durch, sondern ist zudem gezwungen, auch nach den ökonomischen Interessen seines Arbeitgebers zu handeln. Er bzw. auch die TV-Stationen haben es größtenteils in der Hand darüber zu entscheiden, ob ein Ereignis inszeniert, manipuliert oder wahrheitsgemäß in den Nachrichten behandelt wird.

Zudem kommt im Krieg diese erschwerte Arbeitssituation der Journalisten als Faktor der Objektivitätsreduktion hinzu. Die Informationsbeschaffung ist extrem schwierig, weshalb oftmals auf Berichte größerer und einflussreicherer TV-

Stationen zurückgegriffen werden muss. Die Transparenz, vor allem die Quellentransparenz, leidet enorm an den erschwerten Recherchebedingungen. Meist kann zudem die Richtigkeit der Informationen nicht überprüft werden.

Hier wird deutlich, dass eine Reihe von Faktoren die Reduktion von Objektivität in der Kriegsberichterstattung begünstigt.

Die Verfasserin wird im Folgenden Berichte von ORF und CNN auf deren Objektivität überprüfen und anhand der bereits angesprochenen Faktoren analysieren.

Trotz zahlreicher Einflussfaktoren auf den Objektivitätsfaktor in der Kriegsberichterstattung sind sich Antonia Rados und Karim El-Gawhary einig, dass objektive Berichterstattung trotz dieser Ausnahmesituation möglich ist. Antonia Rados begründet diese Meinung folgendermaßen: *„Was der Rezipient will muss einem Kriegsberichterstatter egal sein. Er ist – wie alle Journalisten – nur einem verpflichtet: Seinem eigenen Gewissen. ... Den größten Einfluss auf die Objektivität hat sicher die Realität. Keiner kann auf Dauer alles manipulieren.“*¹²¹

¹²¹ Vgl. Exklusivinterview Antonia Rados

3.8. Objektivität in der Praxis: Fallbeispiel CNN und ORF – Spotvergleich

Die Verfasserin wird im Rahmen dieses Kapitels auf die angesprochene Objektivitätsproblematik in den Kriegsnachrichten anhand von zwei Fallbeispielen näher eingehen. Eine Vergleichsanalyse eines CNN und eines ORF Berichtes zum Thema „3 Jahre nach Beginn des Irakkrieges“ soll einerseits die besprochene Problematik untermauern und andererseits auf etwaige Unterschiede zwischen dem amerikanischen und dem europäischen Bericht verweisen. Die Verfasserin wird zudem auch auf die Unterschiede in der Interviewsituation beider Berichte näher eingehen.

Die Auswahl der beiden Nachrichtenspots erfolgte primär nach dem Kriterium der Aktualität des Themas. Zudem war die Unterscheidung der beiden Spots aufgrund des Aufbaus entscheidend, um Unterschiede in der Informationsvermittlung feststellen zu können. Des weiteren verdeutlichen diese beiden Nachrichtenspots den Einfluss auf die Informationsvermittlung durch die generelle Situation zwischen Nachrichtensprecher und Kriegskorrespondenten.

Das CNN Live-Interview von Howard Kurtz mit Lara Logan, einer Journalisten von CBS News, wurde unter dem Titel „White house hits media“ auf CNN international ausgestrahlt und dauerte 5:48 Minuten. Grundsätzlich ist das Thema dieses Berichtes die Situation im Irak, drei Jahre nach Kriegsbeginn. Allerdings steht die Arbeitsweise der amerikanischen Kriegsberichterstatter vor Ort im Mittelpunkt.

Der Bericht, der im Rahmen der ZIB2 am 15. März 2006 auf ORF2 ausgestrahlt wurde, dauerte 10:45 Minuten und ist in seiner Form zweigeteilt. Nach einem Filmbeitrag interviewte der Nachrichtensprecher Armin Wolf die ORF Korrespondenten Raimund Löw in Washington und Fritz Orter im Irak zur aktuellen Situation im Irak.

3.8.1. Der Aufbau der Nachricht

Der Aufbau der Nachrichten unterscheidet sich, trotz Live-Schaltung bei beiden Sendern. Der ORF-Bericht wurde zweigeteilt. Nach einer kurzen Einleitung durch Nachrichtensprecher Armin Wolf, startet der Bericht zunächst mit einem Filmbeitrag zum Thema „3 Jahre Irakkrieg“. Anschließend wird die Situation im Irak durch ein Live-Interview mit den ORF Korrespondenten Raimund Löw in Washington und Fritz Orter im Irak genauer beschrieben. Durch diese Zweiteilung, bzw. im Speziellen durch den Film, werden die zuvor angesprochenen Bedürfnisse der Rezipienten, nämlich Unterhaltung und Information, gleichermaßen erfüllt. Der Film, der in seiner Bilderwahl eher „actiongeladen“ aufgebaut ist, wird mit informativen verbalen Informationen gekoppelt. Auf diesen Aspekt wird die Verfasserin später näher zu sprechen kommen.

Im CNN Bericht werden aktuelle Informationen im Rahmen eines Live-Interviews an den Rezipienten weitergegeben. Die Situation ist, wie aus den vorangegangenen Ausführungen deutlich wird, für eine amerikanische Nachrichtensendung, die zum Großteil eher auf Entertainment basieren, vergleichsweise sehr ruhig und „seriös“ gestaltet. Selbst im Hintergrund hört man kaum Geräusche, noch gewinnt der Rezipient den Eindruck, als befände sich die Reporterin in Gefahr.

Im Vergleich gestaltet sich allerdings die Interviewsituation bei beiden Sendern sehr unterschiedlich.

3.8.2. Die Interviewsituation

Betrachtet man die Situation bzw. das Verhältnis zwischen dem Nachrichtensprecher und den Korrespondenten vor Ort, lassen sich deutliche Unterschiede erkennen. Armin Wolf, Nachrichtensprecher des ORF, spricht beide Korrespondenten mit Vornamen an, was eine lockere und entspannte Interviewatmosphäre zur Folge hat.

Beispiel: Armin Wolf befragt Fritz Orter über die Sicherheitssituation im Irak.

„Fritz, wir bekommen natürlich hier immer nur die Bilder von den Zusammenstößen, von den Autobomben, von den gewalttätigen Zusammenstößen zwischen Suniten und Schiiten, wie sieht das denn im irakischen Alltag aus, ist es wirklich so arg, kann man tatsächlich de facto nicht auf die Straße gehen?“

Durch diese harmonische Situation kann sich der Rezipient eher mit den Inhalten identifizieren, da er sie mit ihm bekannten Gesprächssituationen vergleichen kann. Gleichzeitig nimmt der Nachrichtensprecher eine neutrale Rolle gegenüber den Korrespondenten ein, und fungiert als distanzierter Interviewführer. Dies hat zur Folge, dass die Informationsvermittlung in den Vordergrund rückt und der Rezipient sich rein auf die gebrachten Inhalte konzentrieren kann.

Zudem kommt, dass die Interviewpartner jeweils in einem Studio sitzen und der Rezipient daher nicht von den Geschehnissen oder etwaigen Geräuschen im Hintergrund abgelenkt werden kann.

Im Gegensatz dazu herrscht im Nachrichtenspot von CNN eine sehr angespannte und meist auch konfliktgeladene Situation. Der Rezipient wird durch die ständige Konfrontationshaltung des Nachrichtensprechers Howard Kurtz von der Informationsrezeption abgelenkt. Verstärkt werden die Beschuldigungen des Reporters durch das Heranziehen von Aussagen hochrangiger Politiker.

Beispiel: Howard Kurtz konfrontiert Lara Logan mit der Anschuldigung des medialen Versagens im Irakkrieg.

„Lara Logan, the president and the vice president Bush and Cheney essentially seemed to be accusing you and your colleagues of carrying the terrorist message by reporting on so many of these attacks. What do you make of that?“

Durch die ständige Konfrontation wird demnach auch der Informationsgehalt reduziert, denn die Korrespondentin ist permanent damit beschäftigt sich, ihre Kollegen und deren Arbeit im Irak zu verteidigen. Dadurch, dass der Konflikt live ausgetragen wird, kann beim Rezipienten, der durch Nachrichten grundsätzlich

informiert werden möchte, ein Gefühl der Unbehaglichkeit ausgelöst werden, was wiederum Einfluss auf die Informationsrezeption hat.

Grundsätzlich kann durch die hartnäckige Konfrontation des Nachrichtensprechers von CNN die Vermutung einer massiven politischen Einflussnahme auf den Sender festgemacht werden. Durch die Form seiner Fragestellungen versucht er den Rezipienten zu überzeugen, dass die Situation im Irak wesentlich besser ist als von den Korrespondenten dargestellt. Wie bereits angesprochen, haben politische Parteien wie auch die Rüstungsindustrie großen Einfluss auf die Gremien von CNN. Das direkte Einbinden von Politikern in die Fragestellungen, um diesen mehr Gewicht zu verleihen, kann demnach auf einen direkten Einfluss der Politik auf die TV-Station zurückgeführt werden.

Im Unterschied zum ORF-Interview befindet sich Lara Logan nicht in einem Studio sondern mitten in Bagdad. Da sich die Korrespondentin im Kriegsgebiet befindet, muss jederzeit mit Aktivitäten im Hintergrund gerechnet werden, was wiederum die Konzentration auf die Information minimiert.

Betrachtet man im Rahmen dessen zusätzlich die inhaltliche Aufbereitung und die Intensität der Themenpräsentation, so kann die Theorie, dass amerikanische Medien kaum Hintergrundinformation liefern, tatsächlich untermauert werden.

3.8.3. Die inhaltliche Aufbereitung

Im direkten Vergleich der Interviews mit den Korrespondenten vor Ort kann ein deutlicher Unterschied im Informationsgehalt bzw. auch in der vorhandenen Intensität der Hintergrundinformation festgestellt werden.

Armin Wolf fordert durch seine Fragestellungen eindeutig Hintergrundinformationen zum aktuellen Geschehen im Irak bzw. auch in Washington, während Howard Kurtz von seiner Kollegin Lara Logan erwartet ihre Arbeit der vergangenen Monate zu verteidigen. Die Fragen fordern von der

Korrespondentin nicht Information, sondern das öffentliche Eingeständnis des medialen Versagens.

Stellt man zwei Aussagen im Rahmen der Interviews gegenüber wird deutlich, dass die ORF Korrespondenten auch politische Hintergrundinformation geben, während die CNN Reporterin rein auf die Vorkommnisse selbst eingeht.

Beispiel: Fritz Ortter informiert über die politischen Hintergründe der Regierungsbildung im Irak.

„Das Problem in diesem Land ist, dass es eben nach konfessionellen Gruppen aufgeteilt wird und das eben die Nachbarstaaten sehr wohl ihre eigenen Interessen hier verfolgen und das einzudämmen sind die Amerikaner einfach nicht im Stande. D.h. Saudi Arabien unterstützt die Suniten, der Iran die Schiiten und wenn der amerikanische Botschafter in Bagdad jetzt versucht Druck auf die Schiiten auszuüben geht es um zwei Schlüsselpositionen in der Regierung d.h. wer wird künftig das Innenministerium und wer das Verteidigungsministerium führen? Bisher sind diese beiden Positionen Schiitisch dominiert ...“

Beispiel: Lara Logan beschreibt die Situation im Irak muss aber gleichzeitig Ihre Berichterstattung verteidigen.

“Well, who says things aren't falling apart in Iraq? I mean, what you didn't see on your screens this week was all the unidentified bodies that have been turning up, all the allegations here of militias that are really controlling the security forces. What about all the American soldiers that died this week that you didn't see on your screens? I mean, we've reported on reconstruction stories over and over again...I mean, I really resent the fact that people say that we're not reflecting the true picture here. That's totally unfair and it's really unfounded. ...”

Lara Logan geht während des Interviews außerdem nicht auf die politische Situation vor Ort ein, sondern berichtet ausschließlich von Vorkommnissen mit hohem “Sensations- bzw. Nachrichtenwert”, wie beispielsweise dem Tod amerikanischer Soldaten.

Basierend auf den unterschiedlichen Interviewsituationen entstehen im Laufe der Interviews auch zwei verschiedene Themenschwerpunkte. Im Nachrichtenbeitrag

von ORF stehen die politische Information und die politischen und militärischen Fehler im Irakkrieg im Vordergrund. Diese werden auch als Begründung für die derzeitige Situation im Irak genannt. Im Nachrichtenbeitrag von CNN versucht der Nachrichtensprecher einerseits die aktuelle Situation im Irak besser darzustellen als sie tatsächlich ist. Gleichzeitig stellt er sich auf die Seite der Politik, die den Reportern vor Ort die Schuld für das negative Bild des Krieges in der amerikanischen Öffentlichkeit gibt.

Beispiel: Howard Kurtz gibt den Kriegsberichterstatern die Schuld an der negativen Stimmung in der Öffentlichkeit.

„... But I look at just the last couple of weeks of your coverage beside covering the Saddam trial, you reported on allegations that US troops had killed a group of civilians, and on the attack of the police station ... all legitimate stories, but critics would say: well no wonder people back home think things are falling apart in Irak because we get this steady drum beat of negativity from the correspondents there.“

Grund für einen derartigen Angriff bildet die Gefährdung der Legitimation für den Krieg. Wie bereits angesprochen, dienen Medien als Legitimationsplattform für die Regierung, allerdings nur so lange, wie sie ihre Berichterstattung den Zielen der Politik anpassen. Die enorme Reichweite der Massenmedien übt großen Einfluss auf die Meinungsbildung der Rezipienten aus, deren Unterstützung für die Regierung aber entscheidend für die Kriegsführung ist.

Basierend auf dieser Ausgangssituation können auch Unterschiede in Bezug auf die behandelten Faktoren der „Entertainisierung“ festgestellt werden.

3.8.4. Faktoren der Entertainisierung

Die Faktoren der Entertainisierung sind ebenfalls in beiden Nachrichtenbeiträgen unterschiedlich ausgeprägt.

Der Faktor Excising dominiert in beiden Beiträgen die USA. Der ORF Filmbeitrag beispielsweise beinhaltet drei Statements, die allerdings alle von Amerikanern, nämlich von General William Wallace – US-Army, General John Abuzaid – US-Kommandant, Southern Command und Daniel Weygandt – State Department, getroffen werden. Es werden weder die neu gebildete irakische Exekutive, noch Mitglieder der Regierung zum aktuellen Zustand im Irak befragt. Auch die Interviews werden von den Fehlern der amerikanischen Truppen und der Regierung dominiert, während beispielsweise die Situation der irakischen Zivilbevölkerung nicht behandelt wird.

Im CNN Interview spricht Lara Logan ausschließlich über Fehler und Errungenschaften der Amerikaner. Der Zustand im Irak wird von ihr zwar beschrieben, die Informationen über die amerikanische Kriegsführung, auch wenn diese negativ sind, überwiegen dennoch.

Der Faktor Sanitizing lässt sich in keinem der beiden Berichte feststellen, allerdings kristallisieren sich verschiedene Themenschwerpunkte heraus. Im ORF Bericht dominiert das Versagen während der Vorbereitungsphase auf den Krieg, was unverhoffte Probleme für die amerikanischen Truppen aufwirft, während im CNN Bericht das Sicherheitsproblem überwiegt. Dieses schränkt nicht nur die journalistische Arbeit ein, sondern ist zudem Grund für die Probleme der irakischen Zivilbevölkerung und der Regierungsbildung.

In beiden Berichten wird allerdings die Tatsache, dass die amerikanischen Truppen mit vielen, teils unerwarteten Problemen zu kämpfen haben, direkt angesprochen.

Der Faktor Equalizing kann zum Teil in beiden Berichten gefunden werden. Sowohl im Bericht des ORF als auch dem von CNN werden die hartnäckigen Widerstände der irakischen Aufständischen beschrieben.

Der ORF behandelt die zahlreichen Aufstände und die daraus resultierenden Sicherheitsprobleme im Irak im Filmbeitrag und koppelt die Informationen über die Aufständischen mit Nachrichten über die Bildung der irakischen Exekutive.

Lara Logan spricht im Interview die dramatische Sicherheitssituation aus der Sicht der Journalisten an, deutet aber durch die Aussage, dass Reisen durch das Land nur mit militärischer Begleitung möglich sind, die Ausschreitungen der Aufständischen indirekt an.

Beispiel: Lara Logan spricht über die Sicherheitssituation im Irak

„What I would point out is that you can't travel around this country anymore without military protection, you can't travel with armed guards. You are not free to go everytime there is a school opening or there is some reconstruction project that's being done. We don't have the ability to go out and cover those. If they want to see a fair picture of what's happening in Irak, than you have to first start with the security issue. When journalists are free to move around this country, than they will be free to report on everything that's going on...”

Der Faktor Personalizing kommt in keinem der beiden Berichte zum Tragen. Grund dafür ist schlicht das Thema der Nachrichten. Die allgemeine Situation in Bezug auf Sicherheit, Fortschritt, Regierungsbildung bzw. die Erreichung der amerikanischen Ziele steht im Vordergrund, wozu kaum individuelle Schicksale passend eingebaut werden können.

Der Faktor Demonizing ist sowohl im Bericht des ORF als auch von CNN vorhanden, allerdings in unterschiedlich starker Ausprägung.

Im ORF Bericht wird versucht, beide Seiten der amerikanischen Invasion aufzuzeigen. Einerseits werden die Versäumnisse und Fehler der US-Regierung und des Militärs aufgezeigt, andererseits sprechen die Korrespondenten allerdings auch von Erfolgserlebnissen, mit denen die Invasion zu legitimieren versucht wird.

Beispiel: Fritz Ortler über die erreichten Ziele der USA im Irak.

„Das heißt wenn man so will ist die Nordregion in Kurdistan das einzige Erfolgserlebnis für die Amerikaner, für die Kurden auch. Sie wissen, dass sie ohne amerikanischen Schutz diese Freiheit, die sie jetzt seit 1991 in ihrer Autonomie haben, nicht hätten. Und die Amerikaner sind natürlich interessiert auch hier diese pro westlich orientierte Regierung und auch die pro westlich eingestellte Bevölkerung strategisch weiter zu unterstützen.“

Lara Logan trennt in Ihrem Bericht nicht explizit in Gut und Böse, deutet allerdings indirekt permanent auf die guten Absichten der Amerikaner hin. Sie spricht lediglich von den Ausschreitungen, die das amerikanische Militär in den Griff zu kriegen versucht.

Diese Analyse zeigt, dass grundsätzlich keine gravierenden Unterschiede in der inhaltlichen Darstellung zwischen der CNN und ORF Berichterstattung, respektive amerikanischer und europäischer Berichterstattung festgestellt werden können. Die beschriebenen Unterschiede führt die Verfasserin, wie auch schon Antonia Rados im Exklusivinterview erwähnte, auf die direkte Involvierung der USA im Krieg zurück. Sobald ein Land in einen Krieg involviert ist gestaltet sich die Berichterstattung automatisch emotionaler. Der ORF ist in diesem Fall nur ein neutraler Beobachter, dem aufgrund der politischen Neutralität Faktentreue leichter fällt.

3.8.5. Die Ausprägung der Objektivität

Um den Objektivitätsgehalt der beiden Nachrichtenbeiträge analysieren zu können, wird sich die Verfasserin an den zuvor behandelten Objektivitätskriterien orientieren.

Die Relevanz des Irakkrieges bzw. des Themas „3 Jahre nach Beginn des Krieges“ liegt in vielerlei Hinsicht vor. Die gesellschaftliche Nähe ist, trotz politischer Neutralität, auch für den ORF bzw. dessen Rezipienten gegeben. Die Folgen des Irakkrieges, wie beispielsweise der Anstieg des Ölpreises, betreffen

Europäer wie auch Amerikaner nahezu gleichermaßen. Die persönliche Relevanz hingegen ist bei den Rezipienten von CNN höher, da das eigene Militär direkt in das Kriegsgeschehen eingebunden und somit auch mit Opfern zu rechnen ist.

Sowohl im CNN als auch im ORF-Bericht dominiert das Kriterium der internen Relevanz, also die Darstellung von Ursachen und Folgen. Der Schwerpunkt liegt auf den Folgen für die Journalisten, das Militär, die US-Regierung und im geringen Ausmaß auch für die irakische Zivilbevölkerung. Zudem kann die Verfasserin von einem sehr hohen Relevanzniveau ausgehen, da ein Krieg in diesem Ausmaß erheblichen Einfluss auf die zuvor beschriebene Makroebene, also die Gesamtbevölkerung hat. Je mehr Rezipienten demnach mit den Folgen des Krieges zu kämpfen haben, desto höher ist das Relevanzniveau in den Nachrichten.

Das Kriterium der Sachlichkeit ist in beiden Berichten unterschiedlich stark ausgeprägt. Im ORF Bericht beschreibt Fritz Orter die Sicherheitssituation im Irak mit seiner subjektiven Einschätzung der Situation. *„Wir sind mit dem Kamerateam jetzt im Kurdengebiet und hier sieht die Situation, im Unterschied zum Restirak, ganz anders aus. Hier ist es relativ ruhig. Hier kann man um Mitternacht auf die Straße gehen, jetzt ins Studio fahren, würde man das in Bagdad tun käme das einem Selbstmordversuch gleich.“*

Lara Logan trifft zwar im Interview keine subjektiven Aussagen über die Vorkommnisse im Irak, wirkt in der Beantwortung der Fragen allerdings meist sehr emotional und gibt am Ende des Interviews ein persönliches und subjektives Statement zur Anschuldigung von Laura Ingraham, einer Radioreporterin, ab. *„... I think it's an outrage to point the finger on journalists and to say that it's our fault. ... And I think it shows an abject lack of respect for any journalist who comes to this country and risk his life ...“*

Ausgewogenheit kann in beiden Berichten kaum festgestellt werden, da eine eher anti-amerikanische Einstellung zum Krieg dominiert. Großteils sprechen sowohl Lara Logan als auch Raimund Löw und Fritz Orter von den Versäumnissen der

USA und den politischen Folgen. Auch der Filmbeitrag des ORF wird von Negativmeldungen über die amerikanische Kriegsführung dominiert. Zusätzlich werden die angesprochenen Fehler durch Interviews mit hochrangigen Militärbediensteten untermauert.

Im Bereich der Vielfalt unterscheidet die Verfasserin auch im Rahmen dieser Analyse zwischen der strukturellen und der inhaltlichen Vielfalt.

Betrachtet man die Struktur der Berichte, so weist der ORF-Bericht eine höhere Vielfalt auf. Durch die Zweiteilung in Filmbericht und Live-Interviews werden mehrere Bedürfnisse bzw. Nachrichtenfaktoren erfüllt. Der CNN Bericht besteht zum größten Teil aus dem Live-Interview mit Lara Logan, wobei es lediglich eine kurze Einschpielung gibt, in der Laura Ingraham ein Statement zur journalistischen Arbeit im Irak abgibt.

Im Bereich der inhaltlichen Vielfalt scheint auf den ersten Blick das Interview mit Lara Logan dominanter zu sein. Dennoch werden im ORF Bericht wesentlich mehr verschiedene Aspekte des Krieges und dessen Folgen besprochen, während im CNN Interview der Themenschwerpunkt auf dem Sicherheitsaspekt liegt. Im ORF Bericht wird im Film die derzeitige Situation von der Regierungsbildung über die Bildung einer irakischen Exekutive bis hin zum militärischen und humanen Versagen der USA angesprochen. In den beiden Live-Interviews werden anschließend, aufbauend auf dem Filmbericht, politische Hintergründe sowohl im Irak als auch in den USA näher erläutert. Der Zuschauer wird demnach nicht nur mit der Aufzählung der Vorkommnisse konfrontiert, sondern erhält die Möglichkeit sich Detailwissen anzueignen.

Das Kriterium der Transparenz ist in beiden Berichten nur sehr lückenhaft ausgeprägt. Die Verfasserin wird daher die beiden Berichte basierend auf den bereits angeführten Fragestellungen zur Transparenz analysieren.

Die Frage „Was ist passiert“ wird sowohl im Filmbericht als auch in der Einleitung des Nachrichtensprechers des ORF Beitrages ausführlich geklärt. Armin Wolf gibt zunächst einen Überblick über die Ziele und Folgen der Irakinvasion. *„Ziel der Invasion war der Sturz von Saddam Hussein und ein friedlicher demokratischer*

Irak. Drei Jahre später steht Saddam tatsächlich vor Gericht und die US-Truppen noch immer im Irak. Aber der ist alles andere als friedlich. Alleine letzte Woche hat es gezählte 533 Anschläge von Aufständischen gegeben sagt die US Armee, und zwischen Suniten und Schiiten droht ein ausgewachsener Bürgerkrieg.“ Zusätzlich wird anschließend im Filmbeitrag etwas detaillierter auf den Ablauf der Irakinvasion eingegangen.

Lara Logan hingegen geht auf den Ablauf seit Kriegsbeginn nicht ein, sondern konzentriert sich rein auf die Vorkommnisse der letzten Zeit. Der Rezipient bekommt keinerlei Informationen über den chronologischen Ablauf der Invasion.

Ein zeitlicher Rahmen wird ebenfalls nur im ORF Bericht, in der Einleitung von Armin Wolf kurz festgehalten. *„Nächste Woche ist es exakt drei Jahre her, dass der amerikanische Angriff auf den Irak begonnen hat.“* Im CNN Bericht spricht weder der Nachrichtensprecher noch die Korrespondentin vor Ort über den zeitlichen Rahmen der Invasion im Irak.

Die Frage nach den örtlichen Gegebenheiten der Bombardierungen bzw. Ausschreitungen von Aufständischen wird in beiden Berichten geklärt. Im Filmbeitrag liegt der Fokus auf Bagdad, zu Anfang wird allerdings auch kurz auf die Situation in Ramadi eingegangen wo laut Raimund Löw *„ ... die Straßen nach wie vor den Aufständischen gehören“*. Zudem beschreibt Fritz Orter im Interview die eher ruhige Lage in Kurdistan, während im Restirak eine angespannte Situation herrscht.

Lara Logan geht im Rahmen des Interviews nur einmal auf die Orte von denen aus berichtet wurde ein. *„We used to be able to drive to Ramadi, we used to drive to Falluja, we used to drive to Najaf. We could travel all over this country without having to fly ...“*

Im Mittelpunkt der Berichterstattung steht bei beiden TV-Stationen allerdings Bagdad selbst.

Einen Grund für die Invasion im Irak gibt nur Armin Wolf in der Einleitung zum Filmbericht. *„Ziel der Invasion war der Sturz von Saddam Hussein und ein friedlicher demokratischer Irak.“*

Lara Logan hingegen nennt keine Gründe, sondern begründet lediglich die negative Berichterstattung – die Sicherheitssituation.

Die Frage nach den beteiligten handelnden Personen wird ebenfalls im ORF-Bericht ausführlicher geklärt als von Lara Logan. Fritz Ortler erläutert im Rahmen des Interviews die politische Situation zwischen Schiiten, Suniten und Kurden und die daraus resultierenden Probleme bei der Regierungsbildung sowie der Eindämmung der Ausschreitungen. Zudem wird im Filmbeitrag die angespannte Lage zwischen Amerikanern und den religiösen Gruppen im Irak wie folgt beschrieben: *„Vorläufig muss das Pentagon allerdings 700 zusätzliche Soldaten aus Kuwait in den Irak verlegen, als Vorsichtsmaßnahme um einen Religionskrieg zu vermeiden“*. Lara Logan spricht zwar über die Aufstände und Ausschreitungen, gibt allerdings keinerlei Detailinformationen über die beteiligten Gruppen.

Allerdings enthält weder der ORF-Bericht noch der CNN-Bericht Quellenangaben d.h. der Rezipient kann nicht erkennen, woher die Informationen stammen bzw. ob die Quellen vertrauenswürdig sind oder nicht.

Wie aus den Ausführungen hervorgeht, erfüllt der ORF-Bericht grundsätzlich eine Vielzahl der Transparenzanforderungen. Es werden zahlreiche Detailinformationen, politische Hintergrundinformation etc. geliefert, was bei CNN nicht der Fall ist. Der Informationsgehalt ist demnach im ORF-Bericht wesentlich höher einzustufen.

3.8.6. Objektivitätsbewertung

Basierend auf dieser Analyse kann festgestellt werden, dass jeder der Berichte an unterschiedlichen Stellen „objektiv“ ist. Der ORF-Bericht erfüllt in dieser Analyse zwar mehr Objektivitätskriterien als der CNN-Bericht, was allerdings nicht auf eine generell objektivere Berichterstattung schließen lässt.

In dieser Analyse muss auch die bereits angesprochene emotionale Einbindung der amerikanischen Journalisten in die Geschehnisse berücksichtigt werden. Antonia Rados bewertet diesen wesentlichen Faktor der objektiven

Kriegsberichterstattung folgendermaßen. „*Ich glaube, es hängt immer nur davon ab, ob die Soldaten des eigenen Landes bzw. das eigene Land involviert sind oder nicht. Anders gesagt: Wenn sich Iraker und Amerikaner bekämpfen, scheint es leichter für uns zu sein, objektiv zu berichten ...*“.¹²²

Grundsätzlich wird die bereits in der Theorie angesprochene „Annäherungsthese“ deutlich. Es ist demnach nicht möglich absolut objektiv zu berichten, sondern sich in seiner journalistischen Arbeit an Objektivität lediglich anzunähern. Diese Annäherung ist, wie in der vorliegenden Analyse aufgezeigt, im ORF Bericht intensiver und ausgeprägter.

¹²² Vgl. Exklusivinterview Antonia Rados

4. Objektivität: Quotenentscheidung oder politische Taktik

In der vorliegenden Arbeit wird die Problematik um die Erreichung von Objektivität in der Kriegsberichterstattung deutlich. Die Dominanz der Politik, die Steuerung der Inhalte durch den Rezipienten sowie die subjektive Beeinflussung der Journalisten im Kriegsgebiet minimieren den Objektivitätsfaktor entscheidend und nehmen somit umfassenden Einfluss auf die Inhalte der Nachrichten. Zudem wird eine Vernetzung zwischen Politik und TV-Stationen erkennbar, die einen weiteren entscheidenden Faktor der Objektivitätsreduktion darstellt.

Objektivität kann demnach nicht ausschließlich an politischen, sondern auch an ökonomischen Parametern festgemacht werden. Die Sicherung des wirtschaftlichen Fortbestandes von TV-Stationen durch die Erzielung hoher Einschaltquoten sowie hoher Werbeeinnahmen wird allerdings nicht zuletzt durch die Politik bestimmt. Aufgrund dieser politischen Einflussnahme sowie dem Versuch den Rezipientenbedürfnissen gerecht zu werden rückt der entscheidende Auftrag von Nachrichten in den Hintergrund: nämlich die objektive und sachliche Informationsaufbereitung für den Rezipienten, anhand welcher der Prozess der öffentlichen Meinungsbildung stattfindet.

Nur durch das Bestreben möglichst viele der besprochenen Objektivitätskriterien zu erfüllen, steigt der Objektivitätsfaktor – vollkommene Objektivität ist demnach nicht erreichbar. Unterschiede zwischen amerikanischen und europäischen Medien können zudem nur bedingt festgestellt werden, denn Objektivität in der Kriegsberichterstattung hängt in entscheidendem Maße auch von der direkten Nähe eines Landes zum Kriegsgeschehen ab. Sobald die heimischen Truppen in einem Krieg involviert sind, sinkt der Objektivitätsfaktor automatisch.

Demnach kann ausschließlich eine Annäherung an Objektivität in der Kriegsberichterstattung stattfinden, indem versucht wird, sich möglichst wenig an den Einflussfaktoren zu orientieren.

5. Literaturverzeichnis

- **Albrecht, Ulrich/Becker Jörg** (Hrsg.) (2002): Medien zwischen Krieg und Frieden, Baden-Baden: Nomos Verlagsgesellschaft
- **Alexis, Johann** (2000): Die Transparenz publizistischer Qualität auf den vier Teilmärkten des Journalismus. Redaktionelles Marketing als Instrument der Qualitätssicherung am Beispiel des österreichischen Magazinmarktes, Wien: Uni., Dipl.- Arb.
- **Allen Mike**, 15.11.2003, Pentagon Plans Iraq Channel : Satellite Link Allows White House to Bypass TV Networks, <http://www.washingtonpost.com/ac2/wp-dyn?pagename=article&contentId=A42547-2003Nov14¬Found=true>
- **Allen, Stuart/Zelizer, Barbie** (2004): Reporting war – journalism in wartime, New York: Routledge
- **Alterman, Eric** (2003): What liberal media? The truth about bias and the news, New York: BasicBooks
- **Atteslander, Peter** (2000): Methoden der empirischen Sozialforschung; 9. neu bearbeitete und erweiterte Auflage, Berlin: de Gruyter
- **Bachmann, Andrea** (1994): Infotainment: Nachrichten zwischen Information und Unterhaltung, eine inhaltsanalytische Fallstudie der Nachrichtensender Sky News und N-TV, Salzburg: Uni., Dipl.-Arb.
- **Bammé, Arno** (1993): Publizistische Qualität: Probleme und Persepektiven ihrer Bewertung; München/Wien: Profil-Verl.
- **Bates, Milton J.** (1998): Reporting Vietnam, New York: (o.A.)

- **Baumgartner, Andreas** (1993): Zur Einschätzung von Propaganda: Eine medienkritische Analyse der Rezeptionsgewohnheiten und der strukturellen Vorbedingungen, Wien: Uni., Dipl.-Arb.

- **Beham, Mira** (1996): Kriegstrommeln, Medien, Krieg und Politik, München: Dt. Taschenbuch Verl.

- **Benedikter, Lukas** (2004): Messmethoden für die Beurteilung journalistischer Qualität, am Beispiel inhaltsanalytischer Verfahren, Salzburg: Uni., Dipl.-Arb.

- **Bentele, Günter** (1988): Objektivität und Glaubwürdigkeit von Medien, eine theoretische und empirische Studie zum Verhältnis von Realität und Medienrealität, Berlin: Freie Univ., Habil.-Schr.

- **Bentele, Günter/Haller, Michael** (1997): Aktuelle Entstehung von Öffentlichkeit: Akteure – Strukturen – Veränderungen, Konstanz: UVK-Medien

- **Berti, Franziskus M.** (2004): Dem Militainment auf der Spur, Die mediale Inszenierung von Krieg in Theorie und Praxis am Beispiel des dritten Golfkrieges, Wien: Uni., Dipl.-Arb.

- **Bilke, Nadine** (2005): Medien zwischen Krieg und Frieden, Innsbruck: in Zwei Seiten einer Medaille

- **Birkner, Matthias** (1993): Golfkrieg 1991, Medien über den Krieg, Wien: Uni., Dipl.-Arb.

- **Blake Mariah**, März/April 2005, Medien: Gebannt von Bomben und Verboten, <http://www.uni-kassel.de/fb5/frieden/regionen/irak/medien3.html>

- **Bochco Steven**, 15.7.2005, Irakkrieg kommt jetzt auch per TV Serie in US-Wohnzimmer, <http://www.presetext.de/pte.mc?pte=050715024>

- **Bonfadelli, Heinz / Saxer, Ulrich** (1986): Lesen, Fernsehen und Lernen. Wie jugendliche die Medien nutzen und die Folgen für die Medienpädagogik; Zug
- **Borjesson, Kristina** (2004): Zensor USA: Wie die amerikanische Presse zum Schweigen gebracht wird, Zürich: Pendo-Verl.
- **Boven**, 4.1.2006, Macht der Medien? – Vietnamkrieg, www.kommunicare.de/01_themen/011_kb/vietnam.htm
- **Boyer, Peters** (1986): CBS news in search of itself, In: New York Times Magazin, 28.12.1986
- **Böhnel Max**, 29.10.2001, Werbeagentur soll für besseres Image sorgen, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/9/9942/1.html>
- **Böttiger, H.** (2003): Die Kriegspartei in der US-Regierung, wer sie ist, wie sie denkt, was sie zusammenhält: die Broschüre, die in den USA und weltweit für Furore sorgt, Wiesbaden: Böttiger
- **Brandstätter, Elke** (2001): Die Wirklichkeit und ihre Darstellung im Fernsehen: eine Analyse von Reality-TV mittels Nachrichtenfaktoren am Beispiel „Taxi Organe“, Wien: Uni., Dipl.-Arb.
- **Brockhaus** (1997): Die Enzyklopädie in 24 Bänden , 20. Auflage, Leipzig/Mannheim: Brockhaus Verlag
- **Brockhaus** (2004): 3. bearbeitete Auflage, Leipzig/Mannheim: Brockhaus Verlag
- **Bruck, Peter A.** (1991): Augenzeugenzwänge. Medien im Krieg, In: Medien Journal 1, S. 3-9

- **Bruns, Thomas** (1997): Politische Information im Fernsehen, eine Längsschnittstudie zur Veränderung der Politikvermittlung in Nachrichten und politischen Informationssendungen, Opladen: Leske+Budrich

- **Bucher, Hans Jürgen** (2003): Qualität im Journalismus, Grundlagen, Dimensionen, Praxismodelle, Wiesbaden: Westdeutscher Verl.

- **Bundesministerium für Landesverteidigung** (Juni 2003), Embedded Journalists – der Wahrheit näher?,
<http://www.bmlv.gv.at/truppendienst/ausgaben/artikel.php?id=106>

- **Burkart, Roland** (2002): Kommunikationswissenschaft, 4. Auflage; Köln: Böhlau

- **Bussemer, Tymian**, o.J., Medien als Kriegswaffe: Eine Analyse der amerikanischen Militärpropaganda im Irakkrieg,
http://vorort.bund.net/suedlicheroberrhein/projekte/akz/medien_kriegswaffe.htm

- **Büttner, Christian** (2004): Der Krieg in den Medien, Frankfurt/Main: Campus-Verl.

- **Büttner Christian** (1998): Bleibt dran, Jungs. Die ganze Welt hört euch zu!,
<http://psydok.sulb.uni-saarland.de/volltexte/2004/56/index.html>

- **Cerha, Stefanie** (2002): Kriterien professionalisierter Kommunikation im aktuellen Fernsehjournalismus, Das journalistische Selbstverständnis und der Umgang mit Kontrollorganen am Beispiel von ATVplus, Wien: Uni., Dipl.-Arb.

- **Chomsky, Noam** (2003): Media Control, Hamburg, Wien: Europa-Verl.

- **Connelly, Mark** (2005): War and the media, reportage and propaganda, 1900-2003, London: I.B. Tauris

- **Dohmen, Florian** (1998): Medien und Macht, ökonomische, politische und kulturelle Dimensionen multimedialer Entwicklung, Hamburg: VSA-Verl.
- **Domeniconi, Marco** (2000): Zwischen Markt und öffentlicher Meinung. Der Krieg der Medien, In: Friedrich-Ebert-Stiftung (Hrsg.): Medien im Konflikt – Mittäter oder Mediatoren. Internationale Konferenz; Bonn: S. 45-50
- **Dörner, Andreas** (2001): Politainment: Politik in der medialen Erlebnisgesellschaft, Frankfurt/Main: Suhrkamp
- **Dumas, René** (2003): Information Warfare – US-Informationskriegsführung im Golfkrieg II (1990/91), Wien: Uni., Dipl.-Arb.
- **Dünser, Felix** (1980): Demokratie und Medienvielfalt. Medienpolitik in Österreich am Beispiel stattlicher Presseförderung, Wien: Phil. Diss.
- **Dyer, Richard** (1981): Entertainment als Utopie, In: Rick Altman (Hg.): Genre: The Musical. A Reader, London u.a.: S. 175-189
- **Edmund Rice Center for Justice and Community Education**, 19.12.2003, On the home front: Reporting the war in Iraq, www.erc.org.au/issues/pdf/rw03.pdf
- **Fahr, Andreas** (2001): Katastrophale Nachrichten. Eine Analyse der Qualität von Fernsehnachrichten (= Angewandte Medienforschung. Schriftenreihe des Medien Institutes Ludwigshafen, Band 19), München: Fischer
- **Filzmeier, Peter**, 21.3.2006, Wahlhelfer TV?, <http://derstandard.at>
- **Foggensteiner, Alexander** (1993): Reporter im Krieg, Wien: Picus-Verlag
- **Fox News**, 31.3.2003, Fox News leads CNN in war viewers, http://money.cnn.com/2003/03/26/news/companies/war_cnn_fox/

- **Fretwurst, Benjamin** (2001): Nachrichtenwert und Rezipienten, Berlin: Uni., Dipl.-Arb.

- **Fröhder, Christoph Maria** (2003): Ein Bild vom Krieg, meine Tage in Bagdad, Hamburg: Hoffmann und Campe

- **Galli, Matteo** (2005): Wirklichkeitsentzug, Krieg und Medien bei Alexander Kluge, Amsterdam: in Krieg in den Medien, 1. Auflage 2005, S. 313-327

- **Galtung, Johan / Ruge, Mari** (1987): Structuring and Selecting News, in: Gottschlich Maximilian (Hrsg.): Massenkommunikationsforschung. Theorieentwicklung und Problemperspektiven, Studienbücher zur PKW, Band 4, Wien

- **Gaus, Bettina** (2004): Front Berichte, Die Macht der Medien in Zeiten des Krieges, Frankfurt/Main: Campus

- **Goldstein, Robert Justin** (2000): The war fort he public mind: political censorship in nineteenth century Europe, Westport, Connecticut: Praeger

- **Graber, Doris** (1990): The Infotainment Quotient in Routine Televisions News, Paper submitted to the ICA-Congress of the international Communication Association, Dublin

- **Hagen, Lutz M.** (1995): Informationsqualität von Nachrichten: Meßmethoden und ihre Anwendung auf die Dienste von Nachrichtenagenturen (=Studien zur Kommunikationswissenschaft, Band 6), Opladen: Westdeutscher Verlag

- **Hallin, Daniel C.** (2002): The uncensored war, the media and Vietnam, Berkeley/California: Uni. Of California Press

- **Hartwig, Stefan** (1999): Konflikt und Kommunikation. Berichterstattung, Medienarbeit und Propaganda in internationalen Konflikten vom Krimkrieg bis zum Kosovo, Münster, Hamburg, London: Lit-Verlag

- **Heise Online**, 9.10.2001, Neue Waffe in der Kriegsberichterstattung, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/21650>

- **Heller, Heinz-Bernd** (2005): Wir warten auf die Bilder, Beobachtungen und Anmerkungen zur Irak-Kriegsberichterstattung 2003, Amsterdam: in Krieg in den Medien, 1. Auflage 2005, S. 227-240

- **Hinterdorfer, Renate** (1993): Objektivität journalistischer Produkte am Beispiel der ORF Berichterstattung, Wien: Uni., Dipl.-Arb.

- **Hoskins, Andrew** (2004): Televising war, from Vietnam to Iraq, London: Continuum

- **Höhne, Andrea/Ruß-Mohl, Stephan** (2004): Zur Ökonomik und Ethik von Kriegsberichterstattung, in Zeitschrift für Kommunikationsökologie Nr.1/2004

- **Höllrigl, Christoph** (2004): Journalistische Qualität in der Kriegsberichterstattung, Was haben die Medien aus dem Golfkrieg 1991 gelernt; ein empirischer Vergleich der ZDF und ORF-Kriegsberichterstattung zum Golfkrieg 1991 und 2003, Wien: Uni., Dipl.-Arb.

- **Huber, Christian** (1998): Das Journalismus-Netzwerk. Wie mediale Infrastrukturen journalistische Qualität beeinflussen (=Beiträge zur Medien- und Kommunikationsgesellschaft, Band 2), Innsbruck/Wien: Studien-Verl.

- **Imhof, Kurt/Schulz Peter** (1995): Medien und Krieg, Krieg in den Medien, Zürich: Seismo Verl.

- **Jahrmarkt, Steffen** (2004): Die „Befreiung des Irak“ und „freedom fries“; Wesen, Struktur und Funktionsweise von Propaganda am Beispiel der psychologischen Kriegsführung Amerikas im Golfkrieg 2003, Aachen: Shaker

- **Jelle Behnert, Gabrielle** (1992): Anatomie eines Genres. Das Bild des Journalisten im Spielfilm. Studien zur Filmgeschichte, Band 6, Hildesheim: Georg Olms Verlag

- **Johns, Dirk Max** (1998): Wirtschaftsmacht Fernsehen, Märkte und Mythen der Medienindustrie, Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch Verlag

- **Kalt, Gero** (1995): Schlecht informiert 2, Wie Medien die Wirklichkeit verzerren; Institut für Medienentwicklung und Kommunikation GmbH, Frankfurt/Main: in Medienkritische Reihe

- **Kempf, Wilhelm** (1994): Manipulierte Wirklichkeiten, medienpsychologische Untersuchungen der bundesdeutschen Presseberichterstattung im Golfkrieg, Münster: Lit.-Verl.

- **Kepplinger, Hans Mathias** (1989): Der Einfluss der Fernsehnachrichten auf die politische Meinungsbildung, Freiburg: Alber

- **Kepplinger, Hans Mathias** (1998): Inszenierung, In: Jarren, Ottfried/ Sarcinelli, Ulrich/ Saxer, Ulrich: Politische Kommunikation in der demokratischen Gesellschaft. Ein Handbuch, Opladen, Wiesbaden: Westdeutscher Verlag, S. 662 - 663

- **Kesten, Dietmar**, April 1999, Die Trugbilder der Medien – Das unerbittliche Ticken geht weiter, <http://www.labournet.de/krieg/kosovo/DKMedien.htm>

- **Kluge Lars**, 1.7.2002, Die Macht der Bilder ist einfach zu stark, <http://www.uni-heidelberg.de/presse/news/2207brock.html>

- **Krempf Stefan**, 21.12.2003, Die zweite Supermacht?,
<http://www.telpolis.de/r4/artikel/16/16349/1.html>

- **Krüger, Udo Michael** (2005): Themenprofile deutscher Fernsehnachrichten. Halbjahresbilanz 2005 des InfoMonitors, In: Media Perspektiven 7/2005, Seite 302-319

- **Krüger, Udo Michael** (2003): Der Irak-Krieg im deutschen Fernsehen. Analyse der Berichterstattung in ARD/Das Erste, ZDF, RTL und SAT1, In: Media Perspektiven 9/2003, Seite 398-413

- **Krüger, Udo Michael** (2002): Politikvermittlung im Fernsehen. ARD, ZDF, RTL, SAT1 und ProSieben im Vergleich, In: Media Perspektiven 2/2002, Seite 77-87

- **Lemm, Karsten**, 6.4.2003, Vieles ist einfach nur Cheerleading,
http://www.stern.de/politik/ausland/?id=506278&eid=505270&nv=hp_rt_al

- **Lutz, B./Wodak, R.** (1987): Information für Informierte. Linguistische Studien zu Verständlichkeit und Verstehen von Hörfunknachrichten, Wien: Verlag der österreichischen Akademie der Wissenschaften

- **Malschinger, Astin Irmtraud** (1995): Die amerikanischen Medien und die Medienpolitik im Krieg. Entwicklungstendenzen vom Zweiten Weltkrieg bis zum Irakkonflikt, Wien: Univ., Dipl.-Arb.

- **Mangold, Christoph/Ultzsch, Lars** (2004): Kontrollierte Berichterstattung? Der Irak-Krieg 2003 aus der Sicht beteiligter Journalisten, München: kopaed

- **Mast, Claudia** (hg.) (1996): Markt – Macht – Medien. Publizistik zwischen gesellschaftlicher Verantwortung und ökonomischen Zielen, Konstanz: UVK Medien in Schriftenreihe der Deutschen Gesellschaft für Publizistik- und Kommunikationswissenschaft, 23

- **Mayer, Horst Friedrich** (1996): Der Soldat im elektronischen Medium, Kriegsberichterstattung und Bundesheer in der aktuellen Berichterstattung des ORF, Wien: Österreichische Gesellschaft für Landesverteidigung und Sicherheitspolitik in Broschüre Allgemeine Reihe 52

- **Mayring, Philipp** (2000): Qualitative Inhaltsanalyse. Grundlagen und Techniken, 7. Auflage, Weinheim: Dt. Studien-Verl.

- **Meier, Werner A./Schanne, Michael** (o.J.): Gesellschaftliche Risiken in den Medien: zur Rolle des Journalismus bei der Wahrnehmung und Bewältigung gesellschaftlicher Risiken; [Tschernobyl, Golfkrieg, Schweizerhalle, Waldsterben, Armut], Zürich: Seismo-Verlag

- **Milbank Dana**, 14.10.2003, Bush Courts Regional Media: President Aims to Bypass Large News Outlets' 'Filter' on Iraq, <http://www.washingtonpost.com/ac2/wp-dyn?pagename=article&node=&contentId=A21714-2003Oct13¬Found=true>

- **Müller, Harald** (2002): Zwischen Information, Inszenierung und Zensur: Zum Verhältnis von Demokratie, Krieg und Medien, In: HSFK Standpunkte, Beiträge zum demokratischen Frieden Nr. 4/2002, S. 1-8

- **Müller Thomas**, 9.11.2001, Die Medien und der Krieg: Zwischen Patriotismus und Ausgewogenheit, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/22534>

- **Münch, Richard** (1991): Dialektik der Kommunikationsgesellschaft, Frankfurt am Main: Suhrkamp

- **Neuberger, Christoph** (1996): Journalismus als Problembearbeitung – Objektivität und Relevanz in der öffentlichen Kommunikation, 1. Auflage, Konstanz: UVK Medien

- **Neuber Harald**, 30.4.2005, Das Vietnam Phantom,
<http://www.heise.de/tp/r4/artikel/20/20006/1.html>

- **Nisbet Matt** (30.4.2001), That´s Infotainment,
<http://www.csicop.org/genx/infotainment/>

- **Noelle-Neumann, Elisabeth/Schulz, Winfried/Wilke Jürgen** (2002): Fischer Lexikon Publizistik Massenkommunikation, Frankfurt/Main: Fischer Taschenbuch Verlag

- **Olschewski, Malte** (1993): Krieg als Show, die neue Weltinformationsordnung, Wien: Verl. D. Zeitschrift für internationale Literatur LOG

- **Otto, Ulla** (1968): Die literarische Zensur als Problem der Soziologie der Politik, Bonn: Diss.

- **Paivio, H.** (1971): Imagery and verbal process, New York: Holt, Rinehart & Winston

- **Palm, Goedart/Rötzer, Florian** (2002): Medien Terror Krieg, Zum Kriegsparadigma des 21. Jahrhunderts, Hannover: Heise

- **Pirker, Horst**, 3.3.2006, ORF: In der Geiselhaft der Politik,
<http://www.diepresse.com/Artikel.aspx?channel=k&ressort=km&id=542913>

- **Praher, Christa** (2002): Medien und Macht, Eine kritische Bestandsaufnahme, Wien: Univ., Dipl.-Arb.

- **Preußner, Heinz-Peter** (2005): Krieg in den Medien, Amsterdam: Rodopi

- **Rados, Antonia** (2003): Live aus Bagdad, Das Tagebuch einer Kriegsreporterin, München: Heyne

- **Reinecke, Stefan** (1993): Hollywood goes Vietnam, Marburg: Hitzeroth

- **Robinson, Gertrude Joch** (1973): Fünfundzwanzig Jahre „Gatekeeper“-Forschung: Eine kritische Rückschau und Bewertung, In: Aufermann/Bohrmann/Sülzer (Hrsg.): Band 1, S. 344 – 355

- **Röttgers, Janko**, März 2003, Im Bett mit dem Militär, Der Krieg im US-Fernsehen, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/14/14493/1.html>

- **Rötzer Florian**, 18.11.2003, Bush Regierung will den Filter der Medien überspringen, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/16/16101/1.html>

- **Rötzer Florian**, 8.12.2003, Das Pentagon und die strategische Kommunikation, <http://www.telepolis.de/r4/artikel/16/16266/1.html>

- **Rötzer Florian**, 2.2.2002, Das Pentagon will für bessere Propaganda sorgen, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/11/11882/1.html>

- **Rötzer Florian**, 13.11.2003, Eine gesäuberte Version vom Krieg, <http://www.telepolis.de/r4/artikel/16/16065/1.html>

- **Rötzer Florian**, 16.5.2003, In den USA soll die Medienkonzentration gefördert werden, <http://www.telepolis.de/r4/artikel/14/14808/1.html>

- **Rötzer Florian**, 1.2.2005, Staatliche Zensur nicht so schlimm, <http://www.telpolis.de/r4/atikel/19/19358/1.html>

- **Rötzer Florian**, 11.10.2001, US-Regierung im Medienkrieg, <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/9/9782/1.html>

- **Ruhm, Gerhard** (2004): Kriegsberichterstattung, Grenze zwischen Information und Voyeurismus, Irak-Kriege und die Rolle der Medien, Wien: Univ.-Lehrgang Polit. Bild., Dipl.-Arb.

- **Russ-Mohl, Stephan**, Februar 2004, Analysen Kriegsberichterstattung, <http://www.ejo.ch/analysis/warreporting/IrakBerichterstattungMessage.html>
- **Schatz, Heribert** (1996): Fernsehen als Objekt und Moment des sozialen Wandels: Faktoren und Folgen der aktuellen Veränderungen des Fernsehens, Opladen: Westdeutscher Verlag
- **Schicha, Christian** (2005), Umfassende Berichterstattung oder öffentliches Verschweigen?, Medienimpulse: Heft Nr. 51, S. 17-24
- **Schicha, Christian/Brosda, Carsten** (2000): Medienethik zwischen Theorie und Praxis: Normen für die Kommunikationsgesellschaft, Münster: Iko-Publikationen
- **Schmitz-Peiffer, Markus** (1993): Infotainment – Gratwanderung zwischen Information und Unterhaltung, Versuch einer Einordnung in das Medienverhalten von Rezipienten, Wien: Univ., Dipl.-Arb.
- **Schönhagen, Philomen** (1998): Unparteilichkeit im Journalismus, Tradition einer Qualitätsnorm, Tübingen: Niemeyer
- **Schrader, Gunther** (2002): Zensur und Desinformation in Kriegen. In: Albrecht, Ulrich/Becker, Jörg (Hrsg.): Medien zwischen Krieg und Frieden. Schriftenreihe der Arbeitsgemeinschaft für Friedens- und Konfliktforschung e.V. (AFK), Baden-Baden: Nomos Verlag, S. 45-55
- **Schreiber Daniel**, 19.8.2005, Der Untergang der Abendnachrichten, <http://www.freitag.de/2005/33/05331201.php>
- **Schröder Arne**, 2.2.2006, Kriegsberichterstatter persönlich, http://www.kommunicare.de/01_themen/011_kb/kb_persoendlich.htm

- **Schröter, Detlef** (1995): Qualität im Journalismus: theoretische und praktische Grundlagen journalistischen Handelns, München: R. Fischer

- **Shankleman, Lucy Küng** (2000): Inside the BBC and CNN, Managing media organisations, London: Routledge

- **Spehr Christoph**, 1.7.2003, Welcome to war,
<http://www.linksnet.de/artikel.php?id=1061>

- **Staab, Joachim Friedrich** (1990): Nachrichtenwert-Theorie. Formale Struktur und empirischer Gehalt, Freiburg/München: Alber

- **State of the media**, 2005, The Annual Report on American Journalism-CNN (Cable),
http://www.stateofthedia.org/2005/narrative_cabletv_contentanalysis.asp?media=5&cat=2

- **Steinmann, Matthias** (1991): Infotainment im Urteil der Zuschauer. In: Medienwissenschaft Schweiz, SGKM, Schweizerische Gesellschaft für Kommunikations- und Medienwissenschaft, 2/1991

- **Steinman, Ron** (2002): Inside televisions first war, Columbia: Uni. Of Missouri Press

- **Strassner, E.** (Hrsg.) (1975): Nachrichten. Entwicklungen – Analysen – Erfahrungen, München: Wilhelm Fink

- **Strassner, E.** (1982): Fernsehnachrichten . Eine Produktions-, Produkt- und Rezeptionsanalyse, Tübingen: Niedermeyer

- **Sury, Philipp**, 2003: Medienwirkungsforschung II – Anwendungen in Politik, Wirtschaft und Kultur,
<http://www.visor.unibe.ch/SS03/medieneinf2/Bonfadelli%20II.pdf>

- **Tagesschau**, 12.5.2003, Journalisten fordern freie Berichterstattung, http://www.tagesschau.de/aktuell/meldungen/0,1185,OID1654542_TYP6_THE_1651278_NAV_REF_BAB,00.html

- **Tilgner, Ulrich** (2003): Der inszenierte Krieg, Täuschung und Wahrheit beim Sturz Saddam Husseins, Berlin: Rowohlt

- **Tüchler, Gabriele** (2002): Qualität und Ethik in der aktuellen Fernsehberichterstattung, ein inhaltsanalytischer Vergleich der Spätnachrichtenformate des öffentlich-rechtlichen österreichischen ORF und des deutschen privat-wirtschaftlichen RTL ("Zeit im Bild 3" und "RTL Nachtjournal"), Wien: Univ., Dipl.-Arb.

- **Ulfkotte, Udo** (2001): So lügen Journalisten; Der Kampf um Quoten und Auflagen, München: Bertelsmann

- **Uzulis, André** (1997): Deutsche Kriegspropaganda gegen Frankreich 1939/40, In: Wilke, Jürgen (Hrsg.): Pressepolitik und Propaganda. Historische Studien vom Vormärz bis zum Karten Krieg, Köln, Weimar, Wien: Böhlau Verlag, S. 127-173

- **Virilio, Paul** (1997): Krieg und Fernsehen, Frankfurt/Main: Fischer-Taschenbuch-Verl.

- **Wallisch, Gianluca** (1995): Journalistische Qualität: Definition – Modelle – Kritik (Forschungsfeld Kommunikation, Band 6), Konstanz: UVK Medien. Ölschläger

- **Wallisch, Stefan** (1992): Die Medien-Kriege; die Problematik der modernen Kriegsberichterstattung ; Vietnam-, Falkland- und Golf-Krieg als zeitgeschichtliche Fallbeispiele ; inklusive Auswahlbibliographie, Wien: Univ., Dipl.-Arb.

- **Weischenberg, Siegfried** (2001): Nachrichten-Journalismus, Anleitungen und Qualitäts-Standards für die Medienpraxis, Wiesbaden: Westdeutscher Verl.
- **Wiener, Robert** (2002): Live from Bagdad, Making journalism history behind the lines, New York: St. Martin´s Griffin
- **Wiener, Robert** (1991): Live aus Bagdad; Die Hintergrundstory über die CNN-Berichterstattung während des Golfkrieges, München: Heyne
- **Wieselberg Lukas**, September 2002, Medien und die Macht der Kriegs- und Terrornews, <http://science.orf.at>
- **Wildemann, Rudolf/Kaltefleiter, Werner** (1965): Funktionen der Massenmedien, Frankfurt am Main – Bonn
- **Wittwen, Andreas** (1995): Infotainment – Fernsehnachrichten zwischen Information und Unterhaltung, Wien: Lang
- **Zeller, Frank**, 22.3.2003, Embedded Journalism – neue Form der Kriegsberichterstattung, <http://www.heise.de/newsticker/meldung/35575>
- **Ziener Markus**, 2003, Bettgenossen: Für die Reporter, die mit der US-Armee vorrücken, gibt es kein Zurück mehr, <http://www.zeit.de/2003/14/Embedding>

6. Abbildungsverzeichnis

ABBILDUNG 1: EIGENE DARSTELLUNG: DAS SPANNUNGSFELD RUND UM DIE KRIEGSNACHRICHT	8
ABBILDUNG 2: ÖKONOMISCHES MODELL DER KRIEGSBERICHTERSTATTUNG: FILTER UND TAUSCHHANDEL	9
ABBILDUNG 3: FUNKTIONEN DER MASSEN MEDIEN.....	23
ABBILDUNG 4: EIGENE DARSTELLUNG: DIE ZUNAHME DER "SOFT NEWS" AM NACHRICHTENSEKTOR	49
ABBILDUNG 5: EIGENE DARSTELLUNG: VOM EREIGNIS ZUR NACHRICHT	51
ABBILDUNG 6: INSTRUMENTELLE AKTUALISIERUNG	60
ABBILDUNG 7: ASPEKTE VON OBJEKTIVITÄT IN DER KOMMUNIKATIONSFORSCHUNG	66

7. Anhang

Fragebogen Antonia Rados

ALLGEMEINE INFORMATION

Mein Name ist Tamara Renner, ich bin Studentin an der Fachhochschule St. Pölten für Medienmanagement in Österreich und arbeite derzeit an meiner Diplomarbeit zum Thema:

Politainment als Ursache für die Reduktion von Objektivität in der Kriegsberichterstattung. Eine Vergleichsanalyse des politischen und journalistischen Einflusses auf Objektivitätskriterien in den USA und Europa.

Ziel meiner Arbeit ist es Kriegsberichterstattung anhand definierter Objektivitätskriterien festzumachen um ein Spannungsfeld zwischen objektiver Kriegsberichterstattung und Entertainment herstellen zu können.

Für die Beantwortung der Fragen benötigen Sie ca. 30 Minuten. Ihre Antworten werden selbstverständlich vertraulich behandelt und dienen ausschließlich der inhaltlichen Erarbeitung meines Diplomarbeitsthemas.

Herzlichen Dank für Ihre Hilfe!

OBJEKTIVITÄT VS. EINSCHALTQUOTEN

	Stimme voll zu	Stimme eher zu	Teils teils	Stimme eher nicht zu	Stimme nicht zu
1. Hohe Einschaltquoten werden nur durch sensationsgeladene Nachrichten, nicht durch Information erreicht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Objektive Kriegsnachrichten und hohe Einschaltquoten sind widersprüchlich und lassen sich nicht gleichzeitig erzielen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Nur Nachrichten die hohe Einschaltquoten erzielen sind gute Nachrichten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4. Die Aufmachung und der Unterhaltungsfaktor sind für Rezipienten heute wichtiger als der tatsächliche	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Informationsgehalt sachlicher Nachrichten.					
5. Die Angabe von Quellen spielt für den Rezipienten keine Rolle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

6. Nach welchen Kriterien wählen TV-Sender aus, ob eine Nachricht berichtenswert ist? Decken sich diese Kriterien mit den Auswahlkriterien der Berichterstatter? Wo gibt es Unterscheidungen?

Die Kriterien der Sender hängen von vielen Dingen ab: 1. Wenn eine Nachricht so dominant ist - wie zum Beispiel der Irak- Krieg, dann ist der berichtenswert, ob er nun " unterhaltsam ist" oder nicht. Das zweite Kriterium für den Sender ist dann die Gesamtsendung, die " Mischung". Gibt es zu viele politische Geschichten oder zu wenige? Gibt es was Neues im Irak oder nicht.

Das Kriterium der Reporter ist " subjektiver" Was hat er überhaupt geschafft? Hat er eine Story etc? Ich habe es aber noch nie erlebt, dass eine wichtige, gute politische Geschichte von einer soft Story verdrängt wird.

7. Welche Ziele verfolgen TV-Stationen Ihrer Meinung nach mit der Ausstrahlung von Kriegsnachrichten? Gibt es in Bezug auf die Ziele Unterschiede zwischen amerikanischen und europäischen TV-Sendern?

Man kann nur vergleichen, was zu vergleichen ist: Wenn die US Armee Krieg führt (wie im Irak) , tuen sich die europäischen leichter bei der Berichterstattung, weil sie ja keine Soldaten vor Ort haben. Die Emotionaität ist eine andere. Was passiert aber, wenn die Eurpäer wie im Kosovo Kriegführen und Soldaten einsetzen? Wurde da anders berichten als von den Amerikanern? Distanzierter? Meiner Erfahrung nach nicht.

8. Welche Elemente muss die Kriegsnachricht von heute beinhalten, um vom Rezipienten konsumiert zu werden?

Was der Rezepient will, muss einem Kriegsberichterstatter egal sein. Er ist- wie alle Journalisten nur einem verpflichtet: Seinem eigenen Gewissen. Ich glaube aber, dass der Rezipient, also der Zuseher

9. Haben amerikanische Medien in Bezug auf den Aufbau und Inhalt von Kriegsnachrichten andere Anforderungen als europäische?

Nein, meiner Erfahrung nach sind US- Medien in mancher Beziehung seriöser. Die Gründe dafür liegen auf der Hand: Die US- Anstalten sind einer viel grösseren Konkurrenz ausgesetzt. Man schaut einander auf die Finger. Ausserdem droht in den USA im Falle von Falschmeldungen relativ schnell ein Prozess in Millionenhöhe (und die Geschichte hat gezeigt, dass es für TV- Anstalten teuer ist, diese Prozesse zu verlieren.)

Amerikanische Anstalten arbeiten ausserdem gewissenhafter, sie haben Producer, die Europäer nicht. Sie machen script- controll- das heisst der Text wird von der Zentrale auf Fehler überprüft. Dies gibt es bei den europ. Anstalten nicht.

10. Es wird immer häufiger von „Krieg als Show“ gesprochen. Mit welchem Ziel werden die Kriegsnachrichten „unterhaltend“ aufgebaut?

Die Unterhaltung ist zu einem massgelblichen Bestandteil der allgemeinen Berichterstattung geworden. Beim Krieg vermischt sich noch dazu Unterhaltung leicht mit Propaganda- einem uralten Bestandteil des Krieges. Krieg war also immer Show. Da muss man nur die Berichte von Karl Kraus über den Ersten Weltkrieg lesen. Man kann beinahe sagen, dass er früher eine grössere Show war als heute. Warum? Dank der Live-Kamera ist der Kriegsverlauf weniger kontrollierbar. Früher konnte ein Reporter erzählen, dass der Feind der Böse sei. Seine eigene Regierung hingegen gut... Heute aber droht (theoretisch) zumindest, dass während eines Live- Auftrittes der Reporter von der eigenen Armee erschossen wird. Oder, Bilder einer weinenden Mutter können den Kriegsverlauf gegen die eigene Regierung mitbestimmen. (Nicht entscheiden, aber mitbestimmen)

Das Besondere an der Kriegsberichterstattung ist nicht, dass sie eine Show ist. Sie ist vielmehr auch von der besten Anstalt (bzw. Regierung) nicht völlig kontrollierbar. Sie wird nicht im Fernsehen verfolgt, weil sie unterhaltsam ist, sondern weil jederzeit was unvorhersehbares geschehen kann.

11. Welche Folgen haben unterhaltende Kriegsnachrichten auf den Informationsgehalt?

Diese Frage verstehe ich nicht.

OBJEKTIVITÄT IN DER KRIEGSBERICHTERSTATTUNG

	Stimme voll zu	Stimme eher zu	Teils teils	Stimme eher nicht zu	Stimme nicht zu
12. Krieg ist eine Extremsituation – Berichterstattung aus Kriegsgebieten kann deshalb nicht objektiv sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Meinungs- und Pressefreiheit existieren im Krieg nicht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Die subjektive Betrachtungsweise der Journalisten hat mehr Einfluss auf die Objektivität einer Nachricht als die Politik.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15. „Embedded Journalists“ können aufgrund Ihrer Einbindung in das Militär keine objektive Sicht des Krieges vermitteln.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

16. Welche Faktoren schränken die Objektivität eines Kriegsberichterstatters vor Ort besonders ein?

Genau dieselben Faktoren wie bei allen Berichterstattungen, Zeitdruck, Mangel an Wissen, eigene Vorurteile, ideologische Schranken. Dazu kommt aber bei der Kriegsberichterstattung die Angst um das eigene Leben und das seiner Mitarbeiter.

17. In welchen Formen wurden Sie in Kriegsgebieten mit Zensur konfrontiert bzw. welchen Einfluss nimmt diese auf Ihre Arbeit?

Da die meisten Kriege in Diktaturen stattfinden, ist ein Reporter im Krieg ständig der Zensur, Bedrohung und Einschränkung ausgesetzt. Ich versuche, mich davon nicht beeinflussen zu lassen. Jemand, der Angst vor der Zensur hat, sollte keine Kriegsreportagen machen.

18. Wer nimmt in der Kriegsberichterstattung den größten Einfluss auf die Objektivität der Nachricht?

Wenn sie meinen, wer den grössten Einfluss HAT, dann sicher die Realität. Keiner kann auf Dauer alles maipulieren. (Siehe zum Beispiel die Massenvernichtungswaffen im Irak. Dieses eigentliche Grund des Irak- Krieges ist reaktiv schnell zerstört worden.

19. Kann der Rezipient Einfluss auf die Objektivität nehmen? Wenn ja, in welcher Form? Meiner sie den Zuseher? Der kann sich heute andere Medien suchen, von CNN bis al Jazeera.

20. In welcher Form nehmen Politik und Militär den größten Einfluss auf die Objektivität? Sie haben einen riesigen Einfluss, weil sie bereit sind, Gewalt gegen alle, auch gegen Reporter anzuwenden. Trotzdem ist die Vision, dass eine Armee die Berichterstattung im 21. Jahrhundert allein bestimmt, glaube ich, unrealistisch. Im Jugoslawien- Krieg hatten die Serben die Waffen etc, aber nicht die öffentliche Meinung an seiner Seite. In einer gewissen Art kann eine leidende Mutter den Kriegsverlauf entscheidender mitbestimmen als hunderte Raketen.

21. Kann Ihrer Meinung nach in Hinblick auf objektive Berichterstattung eine Unterscheidung zwischen europäischen und amerikanischen Nachrichten getroffen werden? → Wenn ja, in welcher Form?

Ich glaube, es hängt immer nur davon ab, ob die Soldaten des eigenen Landes bzw das eigene Land mitinvolviert sind oder nicht. Anders gesagt: Wenn sie Iraker und Amerikaner bekämpfen, scheint es leichter für uns zu sein, objektiv zu berichten. Wenn wir uns aber erinnern, wie aufgewühlt manche Medien in Österreich in der Wahlheim Krise berichtet haben.... Dabei ist damals kein einziger Schuss gefallen. Damals würde übrigens das beste Interview mit Waldheim von dem amerikanischen Journalisten Ted Koppel geführt.

OBJEKTIVE KRIEGSNACHRICHTEN MÜSSEN REZIPIENTEN...

	Stimme voll zu	Stimme eher zu	Teils teils	Stimme eher nicht zu	Stimme nicht zu
22. Unterhaltung und Spannung liefern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23. So viele Standpunkte wie möglich aufzeigen.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24. Information über die verwendeten Quellen liefern.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25. Politisch unabhängig informieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26. Auch schlechte Nachrichten positiv übermitteln.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27. Aktuelle Geschehnisse sachlich und emotionslos übermitteln.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28. Ausschließlich relevante Inhalte übermitteln.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ROLLE DER POLITIK IN DER KRIEGSBERICHTERSTATTUNG

	Stimme voll zu	Stimme eher zu	Teils teils	Stimme eher nicht zu	Stimme nicht zu
29. TV-Anstalten sind in Zeiten des Krieges vom politischen Informationskanal abhängig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30. TV-Anstalten und Kriegsberichterstatter sind Propagandawerkzeuge der Regierung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31. Politische Einflussnahme auf die TV-Anstalten wird in der politischen Ausrichtung von Kriegsnachrichten deutlich.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32. Kriegsnachrichten sollen die politische Einstellung eines Landes zum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Krieg ausnahmslos unterstützen.					
33. Kriegsberichterstattung braucht ein politisches Kontrollorgan.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
34. Politische Einflussnahme auf die Kriegsberichterstattung ist zulässig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35. „Embedded journalists“ werden für den politischen nicht den journalistischen Vorteil eines Landes eingesetzt.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

36. Mit welchen Absichten nimmt die Regierung einer Kriegspartei Einfluss auf die Kriegsnachrichten?

Jeder Reporter weiss, dass im Krieg Propaganda gemacht wird. Das ist eine Binsenwahrheit. Jede Regierung versucht den Krieg auf dem Schlachtfeld und auf dem Bildschirm zu gewinnen. Aufgabe des Reporters ist es, das nie zu vergessen und dementsprechend zu berichten.

37. Würden Sie die Aussage „Ökonomische Interessen der TV-Stationen haben Vorrang vor Objektivität und Informationsgehalt in den Nachrichten“ befürworten?

Nein, da würden wir nicht lange eine TV- Anstalt sein.

38. Wie beurteilen Sie das System der „embedded journalists“?

Eingebettete Journalisten sind nur ein Teil der Information über einen Krieg. Wären sie die einzigen, wären sie gefährlich. Da aber auch andere Reporter berichten (und in Bagdad waren viele auch unter der Zensur von Saddam..) sind die embedded nur ein Teil . Wichtig ist, dem Zuschauer niemals vorzuenthalten, unter welchen Einschränkungen man berichtet. Das heisst: Aussprechen, was ist!

39. Sind Sie der Meinung, dass amerikanische Journalisten eher patriotisch als objektiv berichten?

siehe oben

40. Kann in Bezug auf objektive Berichterstattung eine Unterscheidung zwischen amerikanischen und europäischen Nachrichten festgestellt werden? Wenn ja, wie äußert sich das?

Während des Irak- Krieges , aber auch schon davor, ist die US- Presse - wie auch die europäische - ideologischer geworden ist: Wer für Bush war, würde noch mehr pro-Bush. Wer gegen ihn war, kritisierte ihn noch mehr. Diese Ideologisierung ist die deutlichste Entwicklung der Berichterstattung. Sie ist in einer gewissen Weise eine Art die neue Form von Unterhaltung in den USA, aber auch bei uns.

ALLGEMEINE INFORMATION

Mein Name ist Tamara Renner, ich bin Studentin an der Fachhochschule St. Pölten für Medienmanagement in Österreich und arbeite derzeit an meiner Diplomarbeit zum Thema:

Politainment als Ursache für die Reduktion von Objektivität in der Kriegsberichterstattung. Eine Vergleichsanalyse des politischen und journalistischen Einflusses auf Objektivitätskriterien in den USA und Europa.

Ziel meiner Arbeit ist es Kriegsberichterstattung anhand definierter Objektivitätskriterien festzumachen um ein Spannungsfeld zwischen objektiver Kriegsberichterstattung und Entertainment herstellen zu können.

Für die Beantwortung der Fragen benötigen Sie ca. 30 Minuten. Ihre Antworten werden selbstverständlich vertraulich behandelt und dienen ausschließlich der inhaltlichen Erarbeitung meines Diplomarbeitsthemas.

Herzlichen Dank für Ihre Hilfe!

OBJEKTIVITÄT VS. EINSCHALTQUOTEN

	Stimme voll zu	Stimme eher zu	Teils teils	Stimme eher nicht zu	Stimme nicht zu
1. Hohe Einschaltquoten werden nur durch sensationsgeladene Nachrichten, nicht durch Information erreicht.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2. Objektive Kriegsnachrichten und hohe Einschaltquoten sind widersprüchlich und lassen sich nicht gleichzeitig erzielen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3. Nur Nachrichten die hohe Einschaltquoten erzielen sind gute Nachrichten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
4. Die Aufmachung und der Unterhaltungsfaktor sind für Rezipienten heute wichtiger als der tatsächliche Informationsgehalt sachlicher Nachrichten.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5. Die Angabe von Quellen spielt für den Rezipienten keine Rolle.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

OBJEKTIVITÄT IN DER KRIEGSBERICHTERSTATTUNG

	Stimme voll zu	Stimme eher zu	Teils teils	Stimme eher nicht zu	Stimme nicht zu
6. Krieg ist eine Extremsituation – Berichterstattung aus Kriegsgebieten kann deshalb nicht objektiv sein.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
7. Meinungs- und Pressefreiheit existieren im Krieg nicht.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8. Die subjektive Betrachtungsweise der Journalisten hat mehr Einfluss auf die Objektivität einer Nachricht als die Politik.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9. „Embedded Journalists“ können aufgrund Ihrer Einbindung in das Militär keine objektive Sicht des Krieges vermitteln.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

OBJEKTIVE KRIEGSNACHRICHTEN MÜSSEN REZIPIENTEN...

	Stimme voll zu	Stimme eher zu	Teils teils	Stimme eher nicht zu	Stimme nicht zu
10. Unterhaltung und Spannung liefern.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
11. So viele Standpunkte wie möglich aufzeigen.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12. Information über die verwendeten Quellen liefern.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13. Politisch unabhängig informieren.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14. Auch schlechte Nachrichten positiv übermitteln.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
15. Aktuelle Geschehnisse sachlich und emotionslos übermitteln.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16. Ausschließlich relevante Inhalte übermitteln.	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

ROLLE DER POLITIK IN DER KRIEGSBERICHTERSTATTUNG

	Stimme voll zu	Stimme eher zu	Teils teils	Stimme eher nicht zu	Stimme nicht zu
17. TV-Anstalten sind in Zeiten des Krieges vom politischen Informationskanal abhängig.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
18. TV-Anstalten und Kriegsberichterstatter sind Propagandawerkzeuge der Regierung.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19. Politische Einflussnahme auf die TV-Anstalten wird in der politischen Ausrichtung von Kriegsnachrichten deutlich.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20. Kriegsnachrichten sollen die politische Einstellung eines Landes zum Krieg ausnahmslos unterstützen.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
21. Kriegsberichterstattung braucht	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>

ein politisches Kontrollorgan.					
22. Politische Einflussnahme auf die Kriegsberichterstattung ist zulässig.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>
23. „Embedded journalists“ werden für den politischen nicht den journalistischen Vorteil eines Landes eingesetzt.	<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>