

Elvi Claßen

# Informationsmacht oder -ohnmacht?

## Die Instrumentalisierung von Genderstrukturen im Krieg

**E**s ist bemerkenswert, dass Frauen nicht nur als Thema und Zielgruppe strategischer Einflussnahmen, sondern auch als »Perception-Managerinnen« offenbar zunehmend in den Mittelpunkt des Geschehens rücken. Die heute weltweite und immer schwerer zu kontrollierende zivile Informationssituation hat zu einem Bedeutungszuwachs professioneller Public Relations insbesondere in der Kriegskommunikation der Regierungen geführt. Um den als unerlässlich erachteten gesellschaftlichen Konsens über die Legitimität eines Krieges vor, während und nach den Kampfhandlungen zu schaffen bzw. aufrechtzuerhalten, entwickeln in den USA inzwischen Kommunikations-expertInnen aus Politik und Militär gemeinsam mit SpezialistInnen für Psychologische Kriegsführung und externen PR-Fachleuten kriegsvorbereitende und kriegsbegleitende Mobilisierungs- und Konsenskampagnen.

### ■ Die Managerinnen

Dass die Schaltstellen der Kriegskommunikation in der Bush-Administration häufig mit Frauen besetzt werden, scheint zunächst widersprüchlich, weil republikanische Politik im Allgemeinen nicht als ausgeprägt avantgardistisch gilt, wenn es um Chancengleichheit von Frauen geht. Aber Public Relations als Berufsfeld gilt in den USA als Frauendomäne.<sup>1)</sup>

Die PR-Professorin Larissa Grunig begründet diesen Trend damit, dass PR als Teildisziplin des Journalismus für Frauen zur Zeit die besten Karrierechancen bietet. In der Privatwirtschaft, so Grunig, werden Führungspositionen im PR-Bereich immer noch als weniger wichtig als die in Finanz- oder Marketingabteilungen bewertet. Deshalb sei sie eher bereit, diese Posten mit Frauen zu besetzen. (Brown 1998.)

Die Führungskräfte im Politikgeschäft bewerten den Stellenwert von Public Relations offenbar völlig anders. Sie rekrutieren ihre Kommunikationsstrateginnen gezielt aus diesem Pool hoch qualifizierter Frauen, die teils über Jahre mit Kreativität, Teamfähigkeit und Sachkenntnis alles Mögliche »verkauft« haben und nun, im »Anti-Terror-Krieg«, eingesetzt werden sollen, um das »Markenzeichen USA« (Snow 2002) als Synonym für Moder-

nität, Wohlstand und Demokratie zu propagieren. Die engagierten Frauen bekommen so die Chance, sich zu profilieren, und die Bush-Regierung kann sie als Aufmerksamkeitsfänger und Fortschrittlichkeitssymbole für einen zusätzlichen Reputationsgewinn nutzen. Zu den Frauen, die in den letzten Jahren in der Bush-Administration an verantwortlicher Stelle agierten, gehören insbesondere:

■ Karen Hughes: Die ehemalige Journalistin arbeitete seit 1991 als Pressesprecherin für George W. Bush und von Anfang 2001 bis Mitte 2002 als Pressesprecherin des Weißen Hauses. Sie galt als eine der engsten Bush-Vertrauten und baute - u.a. gemeinsam mit John Rendon, dem Chef der gleichnamigen PR-Agentur (Miller und Rampton 2001) - ab Herbst 2001 das »Coalition Information Center« (CIC) in Washington auf. Hughes entwickelte z.B. die Leitlinien zur Kampagne »Die Rolle der Frauen in Afghanistan während und nach den Taliban« (Es-kew 2003). Das 2002 aus dem CIC entstandene »Office of Global Communications« (OGC), das die PR für den aktuellen Irak-Krieg betreibt (Michaels 2003), steht seit Ende 2003 unter der Leitung von Mary Catherine Andrews, die ebenfalls bereits während der Amtszeit von Bush sen. im Weißen Haus tätig war, damals im Ressort Außenpolitik.

■ Condoleezza Rice: Bushs Sicherheitsberaterin ist ein Protegé von Brent Scowcroft, der im Kabinett Gerald Fords die gleiche Funktion wie sie jetzt inne hatte und als einer der Vordenker der neuen US-»Sicherheitsstrategie« mit »Präventivkriegs-Option« gilt. Rice pflegt u.a. enge Kontakte zum »Committee for the Liberation of Iraq« (CLI), einer Lobbyorganisation von Exil-Irakern und US-Politikern, die 2002 gegründet wurde, um in den USA für den Sturz Saddam Hussein zu werben. (Schmitt 2002) Daraus, dass sie zum neo-konservativen Flügel ihrer Partei gehört, macht Rice keinen Hehl. Von ihr stammt der denkwürdige Satz, dass die USA als letzte verbliebene Supermacht einer imperialen, aber keiner imperialistischen Berufung folgen.

■ Victoria Clarke: Von Frühjahr 2001 bis Sommer 2003 arbeitete »Torie« Clarke als Pressesprecherin des US-Verteidigungsministeriums. Während des Irak-Krieges trat sie neben Verteidigungsminister Rumsfeld und General Myers täglich vor das Washingtoner Pressecorps. Sie hat die »Einbettung« von JournalistInnen in diesem Krieg mitkonzipiert und auch dafür gesorgt, dass kaum etwas Unerwünschtes von den Schlachtfeldern nach Außen drang. (Broeckert 2003) Auch Rumsfelds informelle »Gruppe für strategische Kommunikati-

1) Ende der 90er Jahre war die PR-Branche - neben Computerdienstleistungen und Gesundheitswesen - der Sektor mit den höchsten Wachstumsraten. Die US-amerikanischen Unis offerierten insgesamt 300 PR-Studiengänge, und 70 Prozent der Abschlüsse dort wurden von Frauen gemacht. (Brown 1998)

on« wurde von ihr mitgegründet. Die Gruppe arbeitet u.a. daran, wie man Angriffe auf »Schurkenstaaten« mit dem Argument »Terrorbekämpfung« gegenüber der Öffentlichkeit rechtfertigen kann. (Miller 2002) Clarke leitete vor ihrer Ernennung zur Public Affairs-Chefin des Pentagon das Washingtoner Büro der PR-Agentur Hill & Knowlton, die im Golfkrieg 1991 die »Brutkastenlüge« lanciert hatte. Nach ihrem Rücktritt (»aus persönlichen Gründen«) im Juni 2003 wurde sie selbst eingebettet - von CNN: dort richtete man ihr eine Stelle als Kommentatorin ein.

■ Charlotte L. Beers: Von September 2001 bis März 2003 fungierte Beers als Unterstaatssekretärin im »Büro für Internationale Informationsprogramme« des US-Außenministeriums. Dort entwickelte sie multimediale Image-Kampagnen, die gezielt Techniken journalistischer Öffentlichkeitsarbeit und psychologischer Kriegsführung miteinander verweben, um insbesondere in der islamischen Welt für die Politik der USA zu werben und anti-amerikanische Ressentiments abzubauen. Ihr Arbeitsfeld wird auch als »Public Diplomacy« (PD; die gezielte Verbreitung politischer Botschaften an die Bevölkerungen anderer Länder zugunsten US-amerikanischer Interessen) bezeichnet. (Vgl. Claßen 2003a) Zuvor arbeitete sie u.a. im Vorstand der PR-Firma Ogilvy & Mather und machte z.B. Werbung für »Uncle Ben's«-Reis, »Head & Shoulders«-Shampoo und »Gillette«-Rasierklingen. Am 4. März 2003 trat Beers, wie es hieß, aus gesundheitlichen Gründen zurück. US-Beobachter begründen den Rücktritt jedoch mit dem Scheitern ihrer Bemühungen. Nancy Snow, die selbst viele Jahre im PD-Ressort des State Department gearbeitet hat und heute als eine der profiliertesten KritikerInnen der US-Außenpolitik gilt, fand dazu diplomatische Worte: Es sei Beers zumindest gelungen, das Image-Problem der USA sichtbar zu machen. (Snow 2003) Im Herbst 2003 hat Margaret Tutwiler offiziell Beers Posten übernommen. Anders als Beers gilt sie als hoch qualifizierte Insiderin. Sie arbeitete während der Amtszeit von Bush sen. als Außenamtssprecherin und ist eine Beraterin des damaligen Außenministers James Baker, der das 1992 öffentlich gewordene Papier »Richtlinien für Verteidigungspolitik« mitverfasst hat, ein Vorläuferdokument der heutigen US-»Sicherheitsstrategie«. (Barry und Lobe 2002) Vor ihrer Berufung ins State Department diente Tutwiler als US-Botschafterin in Marokko. Eine ihrer ersten Amtshandlungen als Unterstaatssekretärin war die Suspendierung der Beers-Kampagne »Shared Values«. Sie fordert eine langfristige politische und finanzielle Stärkung der US-Public Diplomacy insbesondere im Mittleren Osten und eine offensivere Unterstützung durch das Außenministerium.

Beispiele aus den aktuellen Werbekampagnen der Bush-Administration dokumentieren die Band-

breite der Themen und die Operationalisierung des »Gender-Themas« darin:

Das Plakat der »National Security Agency« (NSA), der weltweit operierenden Spionageorganisation der USA, startete im April 2002 ihre erste PR-Maßnahme überhaupt: Das in Baltimore ansässige Werbeunternehmen Trahan, Burden & Charles hat in ihrem Auftrag eine im Grafikstil an die »Loose Lips Sink Ships«-Kampagne der 40er Jahre angepasste Plakatreihe zum Thema »Informationssicherheit« erstellt (Linnett 2002). Dass die Plakate in erstaunlicher Weise mit der Ästhetik der US-amerikanischen Mobilisierungskampagnen des 2. Weltkrieges korrespondieren, ist gewollt und soll den aktuellen Krieg durch die Anlehnung an den Kolorit dieser Ära »veredeln«.

»Public Diplomacy«-Programme (PD) sollen den USA insbesondere dabei helfen, die gesellschaftspolitischen Dispositionen in der islamischen Welt den eigenen Interessen entsprechend zu kontrollieren und zu gestalten. Richard Holbrooke, ehemaliger UN-Botschafter der USA und Chefunterhändler im Kosovo-Konflikt, umschrieb die Motive ganz offen: »Nennen Sie es Public Diplomacy, Öffentlichkeitsarbeit, Psychologische Kriegsführung oder plump Propaganda. Egal wie Sie es nennen, die Erklärung, worum es in diesem Krieg geht, in den Köpfen einer Milliarde Muslime zu verankern, wird ausschlaggebend und von historischer Bedeutung sein.« (Holbrooke 2001) Ausdrücklich richten sich diese Interventionen insbesondere an »Frauen und Jugendliche« (Committee on International Relations 2001:19), und zusammengefasst betreiben die USA so unter informationsgesellschaftlichen Bedingungen eine neue Art von kulturellem Imperialismus, der politische Polarisierungen forcieren und kulturelle Destabilisierungen fördern soll.

Dieser »Kampf um Herz und Verstand« der Zivilbevölkerungen war die Folie, auf der Charlotte Beers 2001/2002 z.B. die 15 Millionen US-Dollar teure Informationsreihe »Shared Values« produzierte. Das in diesem Rahmen entwickelte Segment »Muslim Life in America« wurde in islamischen Ländern als Hochglanzbroschüre, in Zeitungsanzeigen, Radio- und TV-Spots sowie bis heute über die Internetadressen vieler US-Botschaften publiziert. Thematisch befasst sich das Material damit, US-amerikanische Frauen, Männer und Kinder muslimischen Glaubens vorzuführen, die in den USA ein freies, glückliches, erfülltes Leben führen und nachdrücklich ihre Liebe zu Amerika bekunden. Zynischer geht es kaum, wenn man bedenkt, dass in den USA gleichzeitig junge Araber in aller Öffentlichkeit durch Polizei und FBI verhaftet und zum Teil für Wochen festgehalten werden. Schon wer einen arabischen Namen trägt, sich auf offener Straße auf arabisch unterhält oder eine Zeitung in dieser Sprache liest, setzt sich der Gefahr aus, »unwillkommene Aufmerksamkeit« zu erregen. (Vgl.

Said 2002.) Für die Öffentlichkeitsarbeit im Irak erstellte das Büro für Internationale Informationsprogramme im vergangenen Juli u.a. die zweisprachige Fotobroschüre »Der Irak ist befreit« (U.S. Department of State's Bureau of International Information Programs 2003b); der Tenor der Bildtexte darin lautet: »Unsere Soldaten bieten Euch Sicherheit und Versorgung; die Wirtschaft kommt langsam in Gang und: wir haben Euren Zoo wieder eröffnet«.

### ■ Die Mustersoldatinnen

Die Geschichte der Gefreiten Jessica Lynch ist ein Beispiel für aktuelle, gender-orientierte Kriegspropaganda. Ihre »Befreiung« aus einem Krankenhaus in Nassiriyah am frühen Morgen des 2. April 2003 war inszeniert; ein »Spin« - eine lancierte Story des Pentagon, die von den sonst eher negativen Nachrichten aus dem Krieg ablenken sollte. Wie der britische »Guardian« am 15. Mai 2003 aufdeckte (Kampfner 2003), wurde Private Lynch weder misshandelt oder bewacht, noch hielt sich irakisches Militär im Hospital oder in seiner Umgebung auf. Trotzdem »stürmten« Marines das Gebäude, zündeten Rauchgranaten und feuerten mit Platzpatronen, während ihre mit lichtempfindlichen Kameras bewaffneten Kameraden den Vorgang filmten. Die internationalen Massenmedien übernahmen den von den Militärs selbst in der gleichen Nacht noch geschnittenen Filmbericht, zum Teil ohne auf seine Herkunft hinzuweisen. Kaum jemand hinterfragte öffentlich seine Echtheit, obwohl die JournalistInnen und RedakteurInnen aufgrund einschlägiger Erfahrung Anlass genug gehabt hätten, die Authentizität dieser Geschichte zu bezweifeln. Verschwiegen wurde auch die nicht unwichtige Information, dass Mitarbeiter des Krankenhauses sogar versucht hatten, Jessica zu den US-Truppen zu bringen, aber umkehren mussten, weil Wachposten auf sie feuerten. Lynch hat inzwischen selbst bestätigt, dass die Pentagon-Version ihrer »Befreiung« ein Fake war (BBC 2003b, Pitze 2003). Die von allen Zweifeln weit gehend unbeeinflusste gesellschaftliche und kulturelle Nachbereitung der Geschichte, Jessicas Empfang zu Hause (MSN News 2003), ihre Präsentation als vom Pentagon hoch dekorierte Heldin, eine Buchpublikation (BBC 2003a) und die gleich zweifache Verfilmung ihrer »Rettung« als Doku-Drama fürs Fernsehen (»Saving Jessica Lynch«/NBC und »The Elizabeth Smart Story«/CBS, Erstausstrahlung am 10. November 2003; vgl. Dorsey 2003) scheint symptomatisch – nicht nur für die Haltbarkeit eines Mythos', sondern auch für die Auswirkungen der fortgesetzten Agitation, mit der die Bush-Administration versucht, die Realität des Krieges zu verzerren, was John MacArthur anlässlich der Rückkehr Lynchs in ihren Heimatort so kommentierte: »Es spielt in Amerika keine Rolle mehr, ob etwas wahr oder

falsch ist. Die Bevölkerung wurde darauf konditioniert, alles zu schlucken: egal ob rührselige Geschichten oder Lügen über Massenvernichtungswaffen.« (Zit. nach »Die Tagesschau« 2003.)

Fast unbekannt blieb dagegen das Schicksal der ersten im Irak-Krieg getöteten Soldatin, Lori Ann Piestewa. Sie taugte offenbar nicht zur »Vorzeigeheldin«: Die dreiundzwanzigjährige allein erziehende Mutter zweier Kinder aus Tuba City/Arizona gehörte wie Jessica Lynch zur 507. Instandsetzungskompanie und war mit ihr befreundet. Sie starb am 23. März in dem gleichen irakischen Hinterhalt bei Nasiriyah, der für Jessica Lynch mit der Gefangennahme endete. Piestewa war Native American und Angehörige des Hopi-Stammes. Nach Angaben ihres Vaters war sie zwei Jahre zuvor dem Militär beigetreten, weil es in ihrem Heimatort, in dem die Arbeitslosenrate bei 50 Prozent liegt, keine anderen Jobs gab (Younge 2003). »Was für eine Nation sind wir geworden, dass wir Mütter in der Blüte ihres Lebens wie Hunde auf Schlachtfeldern sterben lassen?«, fragt der Journalist Anthony Gancarski (2003) in einem Kommentar zum Tod Lori Ann Piestewas.

Als am dritten Kriegstag bekannt wurde, dass es erste US-amerikanische Kriegsgefangene im Irak gibt, unter denen sich auch noch eine Frau, Shoshana Johnson, befindet, reagierte die Öffentlichkeit verstört. Auch Johnson diente in der 507. Kompanie, die am 23. März unter irakisches Feuer geriet. In dem Schusswechsel starben sieben US-Soldaten; die Überlebenden, darunter Shoshana Johnson, wurden überwältigt und zusammen mit den Toten in ein Gefängnis in Bagdad gebracht. Dort drehte man das Video, das zunächst vom irakischen Fernsehen und dann weltweit von »Al Jazeera« ausgestrahlt wurde. Johnsons Vater, selbst Kriegsveteran, erfuhr sehr früh vom Schicksal seiner Tochter, weil er daheim in El Paso durchs TV-Programm zappte und zufällig im spanisch-sprachigen Sender »El Mundo« davon hörte. Dem größten Teil des US-Publikums aber blieb dieser Ausblick auf die Realität des Krieges weit gehend vorenthalten. CNN zeigte nur ein verschwommenes Standbild von den getöteten GIs, und die Sender MSNBC und »Fox« weigerten sich, den Film überhaupt zu zeigen. Gleich nach Bekanntwerden des Materials forderte Victoria Clarke die Chefs des Senders CBS auf, die Gesichter der gefangenen US-Soldaten unkenntlich zu machen; Generalleutnant John Abizaid bezeichnete auf einer Pressekonferenz des US-Generalstabs in Katar die Ausstrahlung als »absolut inakzeptabel« (Kurtz 2003:27); Verteidigungsminister Rumsfeld versuchte, die Medien einzuschüchtern, indem er argumentierte, solche Bilder zu zeigen, verstoße gegen die Genfer Konvention. Insbesondere im Ausland wies man diese Drohung unmissverständlich zurück. Der Chefredakteur von »ARD-aktuell«, Bernhard Wabnitz, stellte beispielsweise klar, die Genfer Konvention gelte für Staaten, nicht

aber für unabhängige Medien; die Ausstrahlung der Bilder von Gefangenen und Toten sei eine Dokumentation des Kriegsereignisses. (Manager-Magazin 2003.) Aber dieses Kriegsereignis war eine der »schlechten Nachrichten«, die die Perception-ManagerInnen unterdrücken oder zumindest verschleiern wollten.

Vielleicht ist dies auch der Hauptgrund dafür, dass für die Afroamerikanerin Shoshana Johnson, 30 Jahre alt, Mutter einer dreijährigen Tochter, nach 22 Tagen aus irakischer Kriegsgefangenschaft befreit, die Geschehnisse ebenfalls nicht so »heroisch« endeten wie für Jessica Lynch. Über sie wird kein Film gedreht, kein Buch geschrieben und sie erschien auch auf keinem Titelbild der großen Nachrichtenmagazine. Und trotz schwerer Kriegsverletzungen (Durchschüsse in beiden Fußgelenken) und einem anhaltenden Kriegstrauma bekommt sie monatlich ca. 600 US-Dollar weniger Kriegsrente als Jessica Lynch (Phillip 2003).

Als dominierendes Bild zum Thema »Frauen und Irak-Krieg« wird also den meisten KriegszuschauerInnen das der »Musterheldin« Lynch im Gedächtnis bleiben. Auch dies ist ein Ergebnis erfolgreichen »Perception Managements«, das »unbequeme« Nachrichten durch die geschickte Platzierung erwünschter, Sinn stiftender Metaphern verdrängt. Eine offensivere Variante dieser Strategie war während des Afghanistan-Feldzuges zu beobachten, als die militärischen Pressestellen versuchten, den Eindruck einer »Feminisierung« des Einsatzes zu vermitteln. Damals lenkte man das Medieninteresse wiederkehrend auf die US-amerikanischen Militärpolizistinnen in Kabul und streute aus, die Soldaten bedienten sich nun neuer, sanfterer Herangehensweisen, um unnötige Konflikte zu vermeiden. Zum Beispiel setzte man nun weibliche Polizeikräfte ein, um afghanische Frauen nach Waffen und Sprengstoff zu durchsuchen (Vgl. »Washington Post« 2002).

Diese Konstruktion ließ sich allerdings im aktuellen Irak-Krieg nicht durchhalten. Unter den in die Angriffsphase involvierten 269.363 US-SoldatInnen waren 25.455 Frauen. Und auch wenn ihnen per Gesetz Kampfeinsätze mit Bodentruppen nach wie vor nicht erlaubt sind, waren noch nie zuvor so viele von ihnen direkt an Kämpfen beteiligt. Sie wurden als Hubschrauber-, Jet- oder Bomberpilotinnen usw. eingesetzt, und zum ersten Mal überhaupt wurden zwei Kampfschiffe von Kommandeurinnen befehligt (Scarborough 2003). Das Risiko war also relativ hoch, dass Soldatinnen als Opfer (oder Täterinnen) für die befürchteten negativen Schlagzeilen sorgen könnten. Also vermied man es, die aktive Beteiligung von Frauen in diesem Krieg herauszustellen und lieferte der Presse bis zur »Befreiung« Jessica Lynchs nur die üblichen Hochglanzmotive vom Soldatinnenalltag auf Flugzeugträgern, im Sanitätsdienst, im Nachschubwesen oder in der Etappenküche.

Die hohe Präsenz von Frauen in diesem Krieg hatte zwar bei manchen KriegskritikerInnen die Erwartung geweckt, dass gerade Nachrichten und Bilder von gefangenen, vielleicht misshandelten Soldatinnen in der Hand des Feindes zu einem Stimmungsumschwung führen könnten, der z.B. das weit verbreitete Image »heldenhafter Kriegsgefangenschaft« relativiert und zu einer realistischeren Wahrnehmung führt, was die Tragik dieser Situation betrifft (Greenberg 2003). Aber weder die Nachricht von der ersten Kriegsgefangenen, Shoshana Johnson, noch die von der ersten toten Soldatin, Lori Ann Piestewa, riefen in der US-amerikanischen Öffentlichkeit nachhaltige Reaktionen hervor. Nicht nur, weil die Medien es – wie in solchen Fällen üblich – gezielt vermieden, die Hintergründe dazu aufzudecken, sondern auch deshalb, weil sich die wenigen konkreten »offiziellen Verlautbarungen« zur Situation der Soldatinnen in diesem Krieg darauf beschränkten, konsequent abzuwehren. Oder man deutete dieses heikle Thema um in einen Ausdruck für den emanzipatorischen Charakter des Militärdienstes, wie es exemplarisch die Generalin Carol Mutter in einem Statement vor der Presse tat: »Die Frauen haben ihren Job gemacht, und sie machten ihn gut, Seite an Seite mit den Männern. Was haben Sie anderes erwartet? Dafür wurden sie ausgebildet.« (Zit. nach Scarborough 2003.)

Der massenmediale Umgang mit der Rolle von Frauen im Militär zeigt beispielhaft, wie sehr die teils bewusst betriebene, teils durch kaum noch hinterfragte Produktionsstandards bedingte Entkontextualisierung und Enthistorisierung der etablierten Kriegsberichterstattung die gesellschaftliche Wahrnehmung von Konflikten beeinflusst. Wie ist es sonst nämlich zu erklären, dass »unser« Militär, die deutsche Bundeswehr, Anfang Juli 2003, kaum zwei Monate nach den geschilderten Ereignissen, im Rahmen seiner Propaganda-Show »Schoolday« das Pop-Sternchen Jeanette Biedermann als jugendgemäße Werbefläche ins Feld führen konnte, ohne dass deshalb eine Welle der Empörung durchs Land ging? »So sexy ist die Bundeswehr« titelte die »Bild«-Zeitung über dem Biedermann-Foto und schrieb: »Dringend gesucht: junge Offiziers-Anwärter, natürlich auch Frauen.« (2003:1) Wer protestierte gegen diese zynische Spiegelfechtereier? Sind auch wir schon so »konditioniert«, dass wir das von hiesigen PR-SpezialistInnen angebotene Paradoxon akzeptieren, der »fordernde, abwechslungsreiche und motivierende« Arbeitsplatz Bundeswehr (Bundeswehr 2003; Plattform Orientiere Dich.de 2003) habe nichts damit zu tun, dass gleichzeitig Soldaten der selben Truppe vom Balkan bis zum Hindukusch kämpfen, töten und getötet werden? (Pflüger 2002, 2003)

Um einen Kriegseinsatz zu legitimieren, werden Frauen also nicht mehr nur als passive, anonymisierte »Opfer« präsentiert. Sie werden vielmehr mediengerecht in Szene gesetzt und als Schutzbedürf-

tige, Befreite oder Beschenkte vorgeführt. Sie werden – je nach Bedarf – als »Kronzeuginnen« für die Notwendigkeit einer militärischen Intervention oder zur patriotisch-emotionalen Orientierung personalisiert und als »Medienstars« aufgebaut.

Frauen werden in Kriegs- und Krisenzeiten auch nicht mehr marginalisiert, weil für sie im »Pantheon der männlichen Helden« (Mayer 2000) kein Platz ist. Ihnen wird vielmehr suggeriert, sie hätten die gleichen »Chancen« wie Männer, dort aufgenommen zu werden, wenn sie nur die gleichen Spielregeln beachten und »das Gleiche leisten«. In den USA sind es überwiegend soziale Not und aufoktrozierter Patriotismus, in Deutschland der Mangel an beruflichen Perspektiven sowie eine gezielte »Emanzipations«-Reklame, die viele Frauen zur Armee treiben. In beiden Ländern nutzt das Militär die Eingliederung von Frauen darüber hinaus als zusätzliche Möglichkeit, das Image des Soldatentums aufzuwerten und sich als vermeintlichen Hort individuellen und gesellschaftlichen Fortschritts zu profilieren.

So werden Soldatinnen zu aktiven Unterstützerinnen eines zerstörerischen Gewaltapparates, der von dem Mangel an gewaltfreien und konstruktiven Handlungsoptionen und Rollenvorbildern profitiert, den er selbst und das politische System, das ihn unterhält, gezielt erzeugen und instand halten. Und dieses Konzept erscheint umso glaubwürdiger, je mehr Frauen als ProtagonistInnen an vorderster Front im »Kampf um Herzen und Verstand« der Zivilbevölkerungen auftreten.

Deshalb werden Frauen auch nicht mehr aus dem offiziellen politischen Diskurs verdrängt (Bunting 2001), wenn Krisen oder Kriege die Debatte prägen. Die »Macherinnen des Krieges« gelten vielmehr als glaubwürdige Präsentatorinnen, die von traditionellen Militarismus-Klischees unbelastet sind und ganz im Sinne gender-spezifischer Wesenszuschreibungen in den unübersichtlichen Ereignislagen des Krieges Aufmerksamkeit erzeugen, Anteilnahme wecken und für Ausgleich zwischen kontroversen Standpunkten oder Situationsbeschreibungen sorgen sollen.

### ■ Die Moderatorinnen des Krieges

Dieser Trend beeinflusst natürlich auch die Konzeption der Kriegsberichterstattung in den Massenmedien. Analog zu den idealisierten »Heldinnen« beim Militär und den PR-Managerinnen auf der politischen Bühne offerieren die Medien die Metapher von der unerschrockenen Star-Korrespondentin. Krieg sei heute kein »Spiel für Jungs« mehr, konstatiert Kate Adie, Medienpreisträgerin und Chefkorrespondentin der BBC, zumindest die Hälfte der involvierten Zivilbevölkerung und der berichtenden MedienvertreterInnen seien Frauen.<sup>2)</sup> Die Kriegsberichterstatteerinnen unter den Medienschaffenden blicken inzwischen auf eine

über hundertfünfzigjährige Geschichte zurück, die von Margaret Fullers »New York Tribune«-Reportage über die Bombardierung Roms durch französische Truppen im Jahr 1849 (vgl. Bartimus 2001) bis hin zu den ersten »eingebetteten« Korrespondentinnen während des aktuellen Irak-Krieges (Braiker 2003) reicht.<sup>3)</sup>

Die wenigen Erfahrungsberichte von Kriegsreporterinnen selbst lassen zwar vordergründig die Einschätzung zu, dass sich die Entfaltungsmöglichkeiten, aber auch die Benachteiligungen von Frauen in diesem Berufsfeld kaum von anderen Arbeitsbereichen unterscheiden. Trotzdem erfordern die Umstände, unter denen Medienarbeiterinnen »an vorderster Front« unser Bild vom Krieg mitkonstruieren, besondere Aufmerksamkeit. Denn Journalistinnen, die aus Kampfgebieten berichten, müssen sich immer in zwei Männerdomänen behaupten: in den Nachrichtenmedien und im Krieg.

Wie prekär schon der erste Teil dieser Bemühungen ist, offenbart sich im Ansatz in den Kommentaren von Journalisten, wenn sie sich mit der Arbeit ihrer Kolleginnen auseinandersetzen. So ist die im April 2003 für ihre Kriegsberichterstattung aus Bagdad mit dem Hanns-Joachim-Friedrichs-Medienpreis ausgezeichnete RTL-Korrespondentin Antonia Rados aus Sicht des »Spiegel« »der beste Mann an der Presse-Front« (zit. nach Broder 2003). Und Jörn Lauterbach wollte sich in einem Interview mit der Preisträgerin in der »Welt« (Lauterbach 2003) die folgende Frage offenbar nicht verkneifen: »Wenn Sie dann gearbeitet haben, sah man Sie trotz aller Kriegswirrnisse immer in einer frisch gebügelten Bluse. Erklären Sie uns das Geheimnis.«

Andererseits spricht vieles dafür, dass die Korrespondentinnen von ihren Redaktionen auch gezielt als Aufmerksamkeitsfänger eingesetzt werden. Frauen, die seit Jahren Erfahrungen in Krisen- und Kriegsgebieten gesammelt haben, wie Antonia Rados oder auch Christiane Amanpour, die für CNN schon aus dem Golfkrieg 1991, über die gescheiterte US-Militäraktion in Somalia, aus Bosnien und 1999 aus Belgrad berichtet hat, wird eine hohe Glaubwürdigkeit zugesprochen. Sie gehören zu

2) Der internationale Gewerkschaftsdachverband ILO (International Labour Organisation) beziffert den Anteil von Redakteurinnen und Journalistinnen im Nachrichtenbereich mit weltweit insgesamt über 40 Prozent, mehr als 50 Prozent der Nachrichtensendungen im Fernsehen und Radio werden von Frauen präsentiert, wobei jedoch »trotz zunehmender Möglichkeiten Diskriminierung und ungleiche Bezahlung immer noch Realität sind.« (ILO News 2003.)

3) Darüber, ob Frauen »besser oder schlechter« über einen Krieg berichten, wird viel diskutiert. Im Vordergrund stehen dabei meist biologistische Aspekte (»zu sensibel/zu schwach«, um die Realität des Krieges auszuhalten; vgl. z.B. Persaud 2003), die Frage nach der Durchsetzungsfähigkeit von Journalistinnen gegenüber den männlichen Akteuren (Braiker 2003) oder auch, ob es von Frauen eher bevorzugte Sujets (Bunting 2001) bzw. einen »weiblichen« Blick auf den Krieg gibt. Ob und wie solche Filter die Berichterstattung beeinflussen, sei dahin gestellt; sicher ist jedoch, dass Frauen ebenso wie Männer versuchen müssen, ihren eigenen Ansprüchen, der in den Kriegsgebieten vorgefundenen Lage und den Anforderungen ihrer Redaktionen gerecht zu werden. Und sie unterliegen dabei den gleichen ethischen Konflikten, medien-spezifischen Sachzwängen und politisch-militärischen

den Stars der TV-Berichterstattung, die vom Publikum in besonderer Weise als Orientierungshilfen und »Medienheldinnen« angenommen werden. Betrachtet man jedoch die berichteten Inhalte, so sind Abweichungen vom – immer noch von Männern geprägten – Mainstream kaum wahrnehmbar, weder in der Themenauswahl, in der jeweils verwendeten Sprache noch in den Interpretationsmustern, nach denen die Ereignisse bewertet werden.<sup>4)</sup>

So scharten sich auch die US-amerikanischen Journalistinnen wie ihre Kollegen nach dem 11. September 2001 mehrheitlich um die Fahne und unterstützten den Kriegskurs ihrer Regierung. Nur wenige widersetzten sich diesem Kurs, wie z.B. die in den USA verehrte Talkmasterin Oprah Winfrey, die es ablehnte, an einer von Karen Hughes und Condoleezza Rice geleiteten offiziellen PR-Tour nach Afghanistan teilzunehmen, um dort nach dem Fall des Taliban-Regimes die Rückkehr der Mädchen in die Schulen zu feiern (Zeleny 2002). Eine weitere offensive Bush-Kritikerin ist Helen Thomas (Wright 2002), die seit den 60-er Jahren als Korrespondentin für UPI und heute als Kolumnistin dieser Nachrichtenagentur im Washingtoner Pressecorps akkreditiert ist. Sie mischt mit ihren unbequemen Fragen regelmäßig die Pressekonferenzen im Weißen Haus auf (Media Research CyberAlert 2003). KollegInnen beschimpften sie Anfang 2003 als »linksradikale Verteidigerin der irakischen und palästinensischen Terroristen«; Kathryn Jean Lopez vom »National Review« (Lopez 2003) forderte sogar, Thomas solle ihren Presseausweis abgeben.

Das große öffentliche Interesse, die wechselnden Ereignislagen und die emotionale Aufladung des Themas »Krieg gegen Terror« reizen viele JournalistInnen, in die Krisenregionen Afghanistan oder Irak zu reisen, um sich dort als KriegsberichterstatterInnen zu profilieren. Es sei, schrieb Gerti Schön (2002) in der »Welt« angesichts der vielen jungen Reporter, die sich ab Herbst 2002 freiwillig für eine Korrespondentenstelle im Irak bewarben, »fast wie ein Männlichkeits-Ritual«. »Seit damals, als Eleanor Roosevelt Pressekonferenzen »nur für Frauen« abhielt, um die Redakteure dazu zu zwingen, Journalistinnen einzustellen, sind die Frauen von der Modeseite auf die Titelseite und bis an die Kriegsfrente vorgerückt.« (ILO-Generaldirektor General Juan Somavia; zit. nach ILO News 2003.)

Aber die Wahrnehmung des Krieges als Abenteuer oder Reputationschance und der allgemeine Konkurrenzkampf locken auch Frauen in die Kampfzonen. Die britische Journalistin Yvonne Ridley wurde Ende September 2001 von Taliban-Kämpfern gefangen genommen, als sie versuchte, in einer Burka und ohne Pass über die pakistanische

sche Grenze nach Afghanistan einzureisen. (Carter u. McCarthy 2001.) Erst zehn Tage später ließ man sie wieder frei.

Während der »Operation Iraqi Freedom« waren unter den circa 750 »eingebetten« JournalistInnen zwischen 60 (Markisz 2003) und 85 (Braiker 2003) Frauen. Genau wusste das auch Major Tim Blair nicht, der das »Embedding Program« fürs Pentagon organisiert hatte. Man habe das Geschlecht derjenigen, die sich bewarben, nicht abgefragt, und es habe auch keinen Einfluss auf die Entscheidung gehabt, wer welcher Einheit zugewiesen worden sei. (Ebd.) Auch wenn einzelne Korrespondentinnen mutmaßten, sie seien als Frauen gezielt an der Peripherie des Krieges, auf Flugzeugträgern oder Luftwaffenstützpunkten, eingesetzt worden, so begrüßte doch die Mehrzahl der »Fembeds« (»female embeds«) das Einbettungskonzept. Denby Fawcett, in den 60er Jahren Vietnam-Kriegskorrespondentin, bewertet es im Vergleich zum Vietnam-Krieg als eindeutigen Fortschritt. Damals sei es den Journalistinnen verboten gewesen, über Nacht an der Front zu bleiben, was authentische Berichte über die Kämpfe unmöglich gemacht habe. (Vgl. ebd.) Dass die Frauen die Kampfeinheiten im Irak begleiten durften, versöhnte viele mit der militärischen Pressebetreuung. Die meisten vermieden es, öffentlich Kritik zu üben, obwohl man wusste, dass das Pentagon das Embedding als »gute PR fürs Militär« plante (Barrett 2003).<sup>5)</sup>

Die bisher publizierten Auswertungen zur Situation der eingebetteten Reporterinnen im Irak-Krieg dokumentieren ein breites Spektrum an Erfahrungen, die sich, was die praktische Arbeit betrifft, kaum von denen ihrer Kollegen unterscheiden. Zwar habe es eine Woche gedauert, bis man sie nicht mehr mit »Ma'am« angesprochen habe, erzählt z.B. die CNN-Reporterin Lisa Rose Weaver, die von März bis April 2003 mit einer Artilleriebrigade im Irak unterwegs war, aber dann sei das Thema erledigt gewesen: »Es ist Krieg, und egal, mit wie vielen Ausbildungsprogrammen zum Thema »Sexuelle Belästigung« die Army versucht, für mehr Sensibilität gegenüber Frauen zu werben, ich musste mich erst einmal als jemand beweisen, der locker ist und höchstens mal mit den Augen rollt, wenn einer einen sexistischen Witz reißt.« (Zit. nach Braiker 2003.)

Andere, wie z.B. die »Christian Science Monitor«-Reporterin Ann Scott Tyson, die bei der 3. Infanterie Division eingebettet war, bewerten den »Ma'am-Faktor« in der Eingewöhnungsphase sogar

4) Der Journalist und Medienkritiker Michael Massing bezeichnete im Mai 1999 z.B. die Reportagen Christiane Amanpours vom Balkan als »tendenziöser denn je«. Sie habe immer wieder Kosovo-Flüchtlinge vor die Kamera geholt, die die NATO-Angriffe auf die Serben befürworteten (Massing 1999).

8) Diesen Plan bestätigte auch der Pentagonsprecher und Erfinder des Konzepts, Bryan Whitman: »Wir glauben wirklich, dass die Reporter an der Front dokumentieren werden, mit welcher Professionalität und Hingabe die US-Soldaten ihre Pflicht erfüllen.« (Vgl. PBS 2003a.) Um das zu gewährleisten, ließ man die Presse je zwei Verträge mit über 50 Anweisungen unterschreiben; so war das Reisen nur in Militärfahrzeugen gestattet, inoffizielle Interviews mit Soldaten waren verboten; die »Sicherheit der Operation« oder »bestimmte Kriegsoptionen« betreffende Nachrichten mussten bis zu 72 Stunden zurückgehalten werden. Wer gegen die Regeln verstieß, wurde nach Kuwait ausgeflogen.

# Zivilcourage und Kompromiss

## Bausoldaten in der DDR 1964-1990

Vor 40 Jahren wurden in der DDR die ersten Waffendienstverweigerer als Bausoldaten rekrutiert. Ihre Entscheidung war ein Akt der Zivilcourage. Sie wurden von der Staatsführung diskriminiert und als „feindlich-negativ“ an den Rand der Gesellschaft gedrängt. Sie arbeiteten im militärischen und im zivilen Bereich.

Die meisten der ca. 18000 Bausoldaten waren Mahner für einen sozialen Friedensdienst. Ohne ihre geistige Vorarbeit ist die später entstandene Bürgerbewegung und die Revolution 1989 nicht denkbar.

Der Kongress soll ihr Engagement für Gewaltfreiheit und demokratischen Dialog aufarbeiten und ihre Visionen für gegenwärtige und zukünftige Friedenspolitik darstellen.

Initiativgruppe Bausoldatenkongress in der  
Robert-Havemann-Gesellschaft e.V.   
www.havemann-gesellschaft.de

[www.bausoldatenkongress.de](http://www.bausoldatenkongress.de)

Dietmar Sobickiewicz, 1984



als eher hilfreich, weil er erst einmal dazu beiträgt, dass die Soldaten Frauen gegenüber offener und weniger »macho« sind. »Wenn du dich dann nicht als Feigling erweist, mit dem Strom schwimmst und keine Sonderbehandlung erwartest, ... ist der Ma'am-Faktor das Erste, das verschwindet. Das Fluchen und die obszönen Bemerkungen blieben. Wäre ich als unerwünscht wahrgenommen worden, hätten sie sich damit eher zurückgehalten.« (Ebd.)

Geradezu euphorisch schilderte die »Dallas Morning News«-Fotografin Cheryl Diaz Meyer Anfang April 2003 ihre Erlebnisse auf dem Militärstützpunkt Camp Coyote. Sie war in der Nacht zum 20. März mit dem dort stationierten Panzerbataillon als eine der Ersten in den Krieg gezogen: »In der kurzen Zeit im Camp haben mich die Männer mit Respekt, Großmut und Herzlichkeit behandelt. Ich entwickelte eine große Sympathie für diese Männer, die aus allen Teilen der USA kamen, um ihrem Land zu dienen und enorme Belastungen auf sich zu nehmen, um den Auftrag unserer Regierung zu erfüllen. Ich bin von ihnen adoptiert worden und habe tausend große Brüder bekommen.« (Diaz Meyer 2003.) Dass sich KriegsreporterInnen mit den begleiteten Soldaten identifizieren, sich sogar im Aussehen (Helm, Schutzweste, Camouflage etc.) angleichen und irgendwann dazu übergehen, Formulierungen zu benutzen wie »wir rücken vor«, »wir werden beschossen«, ist eine nicht erst seit Vietnam beobachtete und von militärischer Seite erwünschte Tendenz, der sich viele JournalistInnen offenbar kaum entziehen können. Diaz Meyer lieferte dann auch zunächst die entsprechenden stimmungsvollen Bilder, »Panzer im Mondlicht«, schmeichelnde Portraitaufnahmen einzelner Soldaten usw.

Als sie aber wenig später US-Marines dabei fotografierte, wie sie einen irakischen Kriegsgefangenen für eine Durchsuchung nackt auszogen und diese Aufnahme am 10. April zeitgleich in den »Dallas Morning News« (DMN) und der »New York Times« erschien, endete ihr Einsatz an der Front abrupt: Das Pentagon kündigte dem Washingtoner DMN-Büro umgehend an, man werde Cheryl Diaz Meyer deshalb von ihrem Posten entfernen. Um dies zu verhindern, wurde die Fotografin von ihrer Zeitung selbst nach Bagdad versetzt. »Wir hätten dieses Foto nicht veröffentlichen sollen und besser aufpassen müssen, dass wir unsere Vereinbarung mit dem Militär nicht verletzen«, kommentierte Diaz Meyers Chefredakteur Ken Geiger diesen Vorfall schuld bewusst (Markisz 2003).

Genauso gut wie die »Schere im Kopf« funktioniert meist auch der Impuls, das »hässliche Gesicht des Krieges« zu verdrängen. Die Hoffnung, als Urheber möglichst dramatischer Reportagen oder Bilddokumente in einem Krieg berühmt zu werden, oder auch die Befürchtung, dass ein Mangel an Risikobereitschaft von der eigenen Redaktion als fehlendes Engagement ausgelegt werden könnte,

fördern unter vielen Betroffenen die Neigung, ihre schrecklichen Erlebnisse, Ängste und Zweifel zurückzudrängen und zu verschweigen. Eine der wenigen publizierten aktuellen Auseinandersetzungen mit diesem Phänomen stammt von Chantal Escoto, die selbst fünf Jahre in der Armee gedient hatte und im letzten Frühjahr als Journalistin für den »Leaf-Chronicle« (Clarksville/Tennessee) eine 700 Mann starke Luftlandeeinheit durch die irakische Wüste begleitet hat. Escoto schreibt, sie habe Kampfsituationen erlebt, in denen sie nur noch voller Angst zu Gott gebetet habe. Am schlimmsten sei es während eines Gefechts bei Amarah gewesen: »Die toten Iraker lagen einfach so herum, niemand schaffte sie weg. Überall waren Fliegen, und dann setzten sich diese Fliegen auch auf mich. Das machte mich fertig. Und dann sah ich die Kinder, halbverbrannt durch Bomben.« Chantal Escoto kehrte am 27. April 2003 nach Hause zurück. »Ich wollte nicht unter Leuten sein und mit niemandem sprechen. Ich zog mich zurück. Ich war physisch unverletzt, aber psychisch stimmte etwas nicht. ... Manche nennen das wohl post-traumatischen Stress. Ich bin jetzt in einer Gesprächstherapie, etwas, was ich nie zuvor getan habe. Ich habe nicht damit gerechnet, dass mich das so belastet ... aber es hat mich fertig gemacht. (Escoto 2003.)

Die veränderten Prämissen der Kriegsberichterstattung im Informationszeitalter und das wachsende Interesse von Frauen, sich als Journalistinnen im Krieg zu behaupten, haben nach Ansicht der BBC-Chefkorrespondentin Kate Adie unweigerlich zur Folge, dass sie auch in gefährlichen Situationen mehr leisten und mehr riskieren müssen als die Kollegen: »Du musst dort rennen, wo die Männer gehen.« (Zit. nach ILO News 2003.)

Dass die meisten Medien-»Frontfrauen« aber weder das emanzipatorische Potenzial der zivilen Berichterstattung noch das ihres spezifischen Blickwinkels frei nutzen können, unterstreicht die Notwendigkeit, die journalistischen und externen Rahmenbedingungen der Kriegsberichterstattung grundsätzlich neu zu überdenken. Denn so lange es den etablierten Massenmedien nicht gelingt, sich den politisch-militärischen Informationsstrategien zu entziehen, die sie entweder als Übermittler und Verstärker ihrer Botschaften oder als Angriffsziel wahrnehmen, wird es auch den Frauen kaum möglich sein, unabhängige, authentische und glaubwürdige Nachrichten über den Krieg zu produzieren.

### ■ Frauen gegen den Krieg: Informationsmacht erkennen und nutzen

Die politisch-militärischen Offensiven strategischer Einflussnahme und Meinungssteuerung sowie das offensichtliche mehrheitliche Scheitern der Massenmedien, sich gegen die Instrumentalisierung durch die PR-ManagerInnen des Krieges

zur Wehr zu setzen, haben in den letzten Jahren dazu geführt, dass die Zivilgesellschaften den offiziellen Darstellungen, warum, wie und mit welchen Zielen ein Krieg geführt wird, immer weniger Glauben schenken. Andererseits benötigen die Bevölkerungen gerade in Konfliktsituationen unabhängige Informationen und Kommunikationsmittel, um potenzielle Bedrohungen, Krisenlagen und angebotene Bewältigungsstrategien realistisch einschätzen zu können.

Die Wahrnehmung dieses Mangels führte in den letzten 15 Jahren zur Herausbildung einer inzwischen international agierenden, alternativen Informations- und Kommunikationsstruktur, die getragen wird von Friedens- und Menschenrechtsbewegungen, Medieninitiativen, WissenschaftlerInnen und kritische JournalistInnen. Ihr Einfluss auf die politische Kommunikation war erstmals während des NATO-Krieges gegen Ex-Jugoslawien 1999 weltweit unübersehbar, als FriedensaktivistInnen in Informationsveranstaltungen, auf Flugblättern und Kundgebungen aktuellere und authentischere Informationen aus dem Kriegsgebiet anbieten konnten als die Massenmedien mit ihrer Fixierung auf offizielle Verlautbarungen. Im Kontext des »Anti-Terror-Krieges« hat sich dieses Aufklärungspotenzial – Quellenlagen Darstellungsmöglichkeiten, Aktualität und Reichweiten – noch einmal verstärkt (vgl. z.B. Claßen 2003c) und ist für den Kampf gegen den Krieg unverzichtbarer denn je.

Genderorientierte Friedensarbeit und Konfliktforschung ist Teil dieser alternativen friedenspolitischen Kommunikation. Sie legt Kriegsursachen frei, arbeitet gegen die Verschleierung der Kriegswirklichkeit, stellt Feindbild- und Imagekonstruktionen in Frage und initiiert Projekte der gewaltfreien Konfliktprävention und -bearbeitung.

Neben global agierenden Netzwerken, wie zum Beispiel die Women's International League for Peace and Freedom (WILPF), die mit ihrer Website »PeaceWomen.Org« die Kommunikation und den Informationsaustausch zwischen den Frauenorganisationen weltweit fördern will, oder das International Women's Tribune Centre (IWTC), das seit den 70-er Jahren u.a. gezielt Medienarbeit mit und für Frauen organisiert, nutzen viele Aktivistinnen in Krisenregionen die Medien für ihre Arbeit gegen Hass und Gewalt sowie zum Aufbau friedensfördernder Strukturen.

Dieses Engagement von Frauen überall auf der Welt und insbesondere auch ihr Beitrag zur zivilen Konfliktbearbeitung vor und nach dem Ende der »heißen Phase« eines Krieges wird jedoch in der internationalen, etablierten Medienöffentlichkeit bis heute kaum wahrgenommen.

Dabei sind etwa Mediationsprojekte, Trauma-Arbeit und Programme zur Herstellung der sozialen, wirtschaftlichen und politischen Handlungsfähigkeit von Frauen in Kriegs- und Krisenregionen usw. nicht nur richtungsweisende Modelle für



einen gewaltfreien und konstruktiven Umgang mit Krisensituationen. Die hier gesammelten authentischen Erfahrungen mit dem Leid und den materiellen Verwüstungen, die ein Krieg verursacht, haben auch einen hohen Informationswert, weil sie die Absurdität des Krieges als Mittel der Politik in konkreten Beispielen offen legen.

Eine der zentralen Aufgaben der genderorientierten Friedens- und Konfliktforschung sollte es deshalb sein, die Frauen, die überall auf der Welt die Auswirkungen von Krieg und Gewalt bekämpfen und sich für Frieden und Versöhnung engagieren, dabei zu unterstützen, sich »in den Medien Gehör zu verschaffen«.

Dafür muss professionelle friedenspolitische Öffentlichkeitsarbeit als eine eigene Disziplin der gewaltfreien Konfliktprävention und -bearbeitung wahrgenommen und entsprechend ausgestattet werden.

*Elvira Claßen ist Medienwissenschaftlerin (Diplom-Sozialwissenschaftlerin) und Freie Journalistin (dju). Bis 1999 war sie Chefredakteurin der DFG-VK-Zeitschrift »ZivilCourage«. Zurzeit promoviert sie als Stipendiatin der Rosa-Luxemburg-Stiftung über das Thema »Krisen- und Kriegs-Kommunikation in der Informationsgesellschaft«.*

Für die Veröffentlichung wurde dieser Text von der Redaktion stark gekürzt. Die Langfassung findet sich auf der Forum Pazifismus-Homepage: [www.forum-pazifismus.de](http://www.forum-pazifismus.de)



#### Literatur

- Barrett, Patrick (2003): US reporters condemn Pentagon press controls. In: The Guardian, 27.2.2003
- Barry, Tom: A Strategy Foretold. In: Foreign Policy In Focus (FPF) Policy Report. October 2002; [www.fpf.org/papers/foretold\\_body.html](http://www.fpf.org/papers/foretold_body.html)
- Bartimus, Tad (2001): Bullets and Bathrooms. Women had to contend with sexism in the military to win recognition as war correspondents. In: Media Studies Journal: Front Lines and Deadlines. Sommer 2001; [www.freedomforum.org/publications/msj/2001/msjsummer2001.pdf](http://www.freedomforum.org/publications/msj/2001/msjsummer2001.pdf)
- BBC (2003a): Private Lynch signs \$1m book deal. 3.9.2003; <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/3076624.stm>
- BBC (2003b): Jessica Lynch condemns Pentagon. 7.11.2003; <http://news.bbc.co.uk/2/hi/americas/3251731.stm>
- Bildzeitung (2003): So sexy ist die Bundeswehr. 5.7.2003
- Braiker, Brian (2003): »Fembeds« Reflect on Covering War. What was it like to be a female reporter embedded with U.S. troops during the war on Iraq? In: MSNBC Newswave, 16.5.2003; [www.msnbc.com/news/914570.asp?ocv=KB20&cp1=1](http://www.msnbc.com/news/914570.asp?ocv=KB20&cp1=1)
- Broder, Henryk M. (2003): TV-Reporter im Kriegseinsatz. Spanner sind immer die anderen. In: Der Spiegel, 26.3.2003
- Broeckert, Jerry (2003): Loose Lips Float Ships! How the military uses the media today. April 2003; [www.rakemag.com/printable.asp?catid=46&itemID=2136&pg=all](http://www.rakemag.com/printable.asp?catid=46&itemID=2136&pg=all)
- Brown, Janelle (1998): Spin Sisters. Why is PR the only High Tech Field that Women run? In: Salon.com; 3.12.1998; [http://archive.salon.com/21st/feature/1998/12/cov\\_03feature.html](http://archive.salon.com/21st/feature/1998/12/cov_03feature.html)
- Bundeswehr: Arbeitgeber Bundeswehr. 2003. [www.bundeswehr-karriere.de/redaktionen/personal/inet/base.nsf/Frame/N25BAEJ6803MHUTDE](http://www.bundeswehr-karriere.de/redaktionen/personal/inet/base.nsf/Frame/N25BAEJ6803MHUTDE)
- Bunting, Madeleine (2001): Women and war. While the media's response to the destruction in America has been deafening, the voices of women have grown strangely quiet. In: The Guardian, 20.9.2001
- Carter, Helen; McCarthy, Rory (2001): British female journalist freed. In: The Guardian, 9.10.2001
- Claßen, Elvira (2003a): Kriegs-Marketing. In: Marxistische Blätter, H. 1: Irak-Krieg. Das angekündigte Verbrechen. S. 39-46
- Claßen, Elvira (2003c): Strategische Information im Krieg. In: Schweitzer, Christine; Aust, Björn; Schlotter, Peter (Hg.): Demokratien im Krieg. AFK Friedensschriften, Band 31. Baden-Baden (im Druck)
- Committee on International Relations (2001): The Message is America: Rethinking US Public Diplomacy. Hearing before the Committee on International Relations. Washington, 14.11.2001; [www.house.gov/international\\_relations/76189.pdf](http://www.house.gov/international_relations/76189.pdf)
- Diaz Meyer, Cheryl (2003): It's as Close to Marilyn Monroe as I'm Ever Going to Get. In: The Digital Journalist, 4.4.2003; [www.digitaljournalist.org/issue0304/cmeyer.html](http://www.digitaljournalist.org/issue0304/cmeyer.html)

- Die Tagesschau (2003): Die Heimkehr von Private Jessica Lynch. 23.07.2003, 14:29 Uhr
- Dorsey, Gary (2003): Jessica Lynch: An American tale. How the media made her a star. In: The Sun, 11.11.2003; [www.sunspot.net/entertainment/tv/bal-to-lynch11nov11,0,4145113.story?coll=bal-artslife-tv](http://www.sunspot.net/entertainment/tv/bal-to-lynch11nov11,0,4145113.story?coll=bal-artslife-tv)
- Escoto, Chantal (2003): Not Just One of the Boys in Iraq. Woman Embedded: »It Messed Me Up«. In: Katovsky, Bill; Carlson, Timothy (Hg.): Embedded: The Media at War in Iraq. The Lyons Press 2003; zit. nach Auszug in: Editor and Publisher.com; 18.9.2003; [www.editorandpublisher.com/editorandpublisher/headlines/article\\_display.jsp?vnu\\_content\\_id=1980220](http://www.editorandpublisher.com/editorandpublisher/headlines/article_display.jsp?vnu_content_id=1980220)
- Eskew, Tucker (2003): The White House Office of Global Communications. Radio-Interview/Transkript, 24.1.2003; <http://fpc.state.gov/16852.htm>
- Gancarski, Anthony (2003): When Young Mothers Die in Combat. 24.4.2003; [www.lewrockwell.com/orig4/gancarski1.html](http://www.lewrockwell.com/orig4/gancarski1.html)
- Greenberg, David (2003): The POW in the American Imagination. Why we're obsessed with American soldiers captured by the enemy. 1.4.2003; <http://slate.msn.com/id/2080944/>
- Holbrooke, Richard (2001): Get the Message Out. In: The Washington Post, 28.10.2001
- ILO News (2003): Eminent women journalists mark International Women's Day at the ILO. Breaking through the glass ceiling to break the news. Presseerklärung vom 7.3.2003; [www.ilo.org/public/english/bureau/inf/pr/2003/10.htm](http://www.ilo.org/public/english/bureau/inf/pr/2003/10.htm)
- Kampfner, John (2003): The truth about Jessica. In: The Guardian, 15.5.2003
- Kurtz, Howard (2003): Media's Battlefield Reporting Outpaces Pentagon Officials. In: Washington Post, 24.3.2003, S. 27
- Lauterbach, Jörn (2003): »Krieg ist sehr sexy für das Fernsehen«. RTL-Reporterin Antonia Rados zieht ihre Bagdad-Bilanz. Interview in: Die Welt, 28.4.2003
- Linnett, R.: Loose Lips Sink Ships – Again. NSA Launches Ad Campaign Urging Secrecy, Juni 2002; [www.adage.com/news.cms?newsId=34947](http://www.adage.com/news.cms?newsId=34947)
- Lopez, Kathryn Jean (2003): Helen Thomas Should Not Have a White House Press Pass, Con't. In: National Review Online, The Corner, 11.1.2003; [www.nationalreview.com/thecorner/03\\_01\\_05\\_corner-archiv.asp#002357](http://www.nationalreview.com/thecorner/03_01_05_corner-archiv.asp#002357)
- Manager-Magazin (2003): Die hässlichen Fratzen des Krieges. 24.03.2003; [www.manager-magazin.de/ebusiness/artikel/0,2828,241888,00.html](http://www.manager-magazin.de/ebusiness/artikel/0,2828,241888,00.html)
- Markisz, Susan B. (2003): Putting the Media in Soldiers Shoes. In: The Digital Journalist, 12.5.2003; [www.digitaljournalist.org/issue0305/smarkisz.html](http://www.digitaljournalist.org/issue0305/smarkisz.html)
- Mayer, Tamar (Hg.) (2000): Gender Ironies of Nationalism. Sexing the Nation. London
- Media Research CyberAlert (2003): Another Anti-Bush Harangue from Helen Thomas. 7.1.2003; [www.mediarsearch.org/cyberalerts/2003/cyb20030107.asp#3](http://www.mediarsearch.org/cyberalerts/2003/cyb20030107.asp#3)
- Michaels, Henry: White House dictates war coverage to a pliant media. Office of Global Communications oversees press censorship. 26 March 2003; [www.wsws.org/articles/2003/mar2003/cens-m26.shtml](http://www.wsws.org/articles/2003/mar2003/cens-m26.shtml)
- Miller, Laura (2002): War Is Sell. In: PR Watch, Okt. 2002; [www.pr-watch.org/prwissues/2002Q4/war.html](http://www.pr-watch.org/prwissues/2002Q4/war.html)
- MSN News (2003): Verletzte Helden kehrt heim. 13.04.03; <http://news.focus.msn.de/G/GN/gn.htm?snr=118952&streamsnr=308>
- Pflüger, Tobias (2002): Die Calver Truppe Kommando Spezialkräfte auf Terroristenjagd. Einsätze sind leider vom Bundestag gedeckt. 5.3.2002; [www.imi-online.de/download/ksk-afghanistan.pdf](http://www.imi-online.de/download/ksk-afghanistan.pdf)
- Pflüger, Tobias (2003): Verteidigungspolitik ade. Bundeswehreinsätze im Innern und weltweit. In: Wissenschaft und Frieden 3/2003, S. 57-60; [www.imi-online.de/2003.php3?id=606](http://www.imi-online.de/2003.php3?id=606)
- Phillip, Christine (2003): The Real World We Live In! Double Standards for Shoshana Johnson. 6.11.2003; [www.nathanielturner.com/shoshanajohnson.htm](http://www.nathanielturner.com/shoshanajohnson.htm)
- Pitzke, Marc (2003): Das Ende des Mythos Jessica. In: Der Spiegel online, 12.11.2003; [www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,273615,00.html](http://www.spiegel.de/kultur/gesellschaft/0,1518,273615,00.html)
- Plattform Orientiere Dich.de (2003): Ausbildungsplätze und Jobs bei der Bundeswehr. 3.7.2003; [www.orientiere-dich.de/aktuell.nsf/meldung/749A8](http://www.orientiere-dich.de/aktuell.nsf/meldung/749A8)
- Said, Edward (2002): Thoughts about America. In: ZMag, 2.3.2002; [www.zmag.org/content/TerrorWar/saidamer.cfm](http://www.zmag.org/content/TerrorWar/saidamer.cfm)
- Scarborough, Rowan (2003): In war's wake, no further combat roles seen for women. In: Washington Times, 23.6.2003; <http://washtimes.com/national/20030623-122741-5014r.htm>
- Schmitt, Eric (2002): New Group Will Lobby for Change in Iraqi Rule. In: New York Times, 14.11.2002
- Schön, Gerti (2002): Viele junge Reporter wollen freiwillig in den Irak. In: Die Welt, 31.10.2002
- Snow, Nancy (2002): Propaganda War: One Year Later. The Selling of America. Interview mit Guerrilla News Network; Nov. 2002; [www.guerrillanews.com/media/cointel/doc744.html](http://www.guerrillanews.com/media/cointel/doc744.html)
- Snow, Nancy (2003): While the Propaganda Czar Departs, the Product Pitching Remains. 4.3.2003; [www.commondreams.org/views03/0304-08.htm](http://www.commondreams.org/views03/0304-08.htm)
- The Washington Post (2002): New U.S. strategy in Afghanistan: winning hearts and minds. 2.10.2002
- U.S. Department of State's Bureau of International Information Programs (2003b): Iraq Photo Pamphlet. Juli 2003. In: The Liberation of Iraq Photo Gallery from March 21 to September 9, 2003; <http://usinofa.state.gov/regional/nea/iraq/gallery/iraq-2003/#jul>
- Wright, Sarah H. (2002): Journalist Helen Thomas condemns Bush administration. In: MIT Tech Talk, News Office; <http://web.mit.edu/newsoffice/tt/2002/nov06/thomas.html>
- Younge, Gary (2003): What about Private Lori? In: The Guardian, 10.4.2003
- Zeleny, Jeff (2002): Winfrey declines Bush invite to Afghan trip. U.S. hoped to show its help for women. In: The Chicago Tribune, 29.3.02; [www.chicagotribune.com/templates/misc/printstory.jsp?slug=chi%2D0203290235mar29](http://www.chicagotribune.com/templates/misc/printstory.jsp?slug=chi%2D0203290235mar29)