

## II MEDIENKULTUR

### Jürgen Felix, Peter Zimmermann (Hg.): Medien-Krieg. Zur Berichterstattung über die Golfkrise

Marburg: Institut für Neuere deutsche Literatur 1991 (Augen-Blick. Marburger Hefte zur Medienwissenschaft, H.11), 89 S., DM 6,-

Die vorliegende Schrift ist der frühe Versuch, sich über verschiedene Aspekte der Berichterstattung über den Golfkrieg Gewißheit zu verschaffen. Was die beteiligten Autoren, acht Wissenschaftler und drei Journalisten, aus unterschiedlichen Perspektiven behandeln, wird Bestand haben - obwohl wir fast täglich mit neuen Details über die alliierten und irakischen Propagandalügen konfrontiert werden, wie jüngst noch über die Wirkung von Patriot- und Scud-Raketen. Schwerpunkt des Bändchens ist die Verarbeitung des Geschehens durch Fernsehen und Film. Für die Presse wird man trotz der Fußnotenhinweise von Knut Hickethier (S.35-47) und Heinz-B. Heller (S.59-64) auf Analysen warten müssen.

Die Herausgeber konstatieren im Vorwort, daß der Golfkrieg die deutsche Öffentlichkeit in einem Maße aufgestört und kontroverse Positionen provoziert habe wie nur wenige Ereignisse zuvor. Tatsächlich handelt es sich um eine eindrucksvolle Demonstration der Medienwirkung, wie sie in Deutschland zuvor wohl nur in den fünfziger Jahren nachgewiesen werden konnte, als die Stimmung gegen die Wiederbewaffnung innerhalb weniger Jahre durch die Bundesregierung - nicht zuletzt mit Hilfe des Korea-Krieges - gekippt werden konnte. Ähnliche Langzeitfolgen dürften diesmal wegen der Auflösung des Ostblocks nicht eintreten - eher das Gegenteil.

Eine neue Erfahrung war, in welchem Umfang kriegführende Parteien die Berichterstattung in unbeteiligten demokratischen Staaten manipulieren oder gar blockieren konnten. Der als Sieger gefeierte und danach sogar in der neutralen Schweiz auftretende General Schwarzkopf wurde bei uns wegen seiner deutschen Vorfahren zu einer Art Nationalheld stilisiert, so etwa in der Bonner *Welt*. Dies und andere Zusammenhänge zwischen Politik und Medien werden jedoch in dieser Broschüre kaum thematisiert. Ein weiterer Mangel ist, daß die Chance, die Berichterstattung von öffentlich-rechtlichen und privaten Anstalten vergleichend zu analysieren, nicht wahrgenommen wurde. Das Problem wird bei Dietrich Leder (S.48-53) immerhin angesprochen. Die beiden anderen Macher repräsentieren die Apologetik (ZDF - Peter Voß, S.56) bzw. Selbstkritik (WDR - Klaus Bednarz, S.57f.). Voß meint, man habe sich nicht 'amerikanisieren' lassen. Bednarz formuliert Versagens-Gefühle und spricht von Blickverengung, selektiver Wahrnehmung und mangelnder Phantasie seiner Berufskollegen. Mike Sandbothe wählt für die Pra-

xis den Begriff der "Ästhetik des Verschwindens" (S.33), wobei er sich auf die Franzosen Jean Baudrillard und Paul Virilio beruft.

Ursprünglich als "Einspruch gegen die aktuellen Ereignisse geplant", hat das rasche Ende des "Wüstensturms" die "versammelten Beiträge" dem "während der Golf-Krise herrschenden Aktualitätsdruck" (S.4f.) entzogen. Längeres Zuwarten wäre der methodischen Solidität und Tiefe der an sich gut lesbaren und anregenden Texte zugute gekommen. So sind sie mehr Belegmaterialien ohne Anspruch auf Vollständigkeit und gewiß nicht auf Repräsentativität, die Reinhard Görisch (S.65) seinem aufschlußreichen Beitrag über den aktualisierenden Medieneinsatz von Matthias Claudius' *Kriegslied* zubilligt.

Kurt Koszyk (Dortmund)