

## Terror und Konsens

### Reaktionen der US-Medien infolge des Terroranschlags am 11. September

Andrew Gross / Ingrid Stapf

#### Die Suche nach einer Metapher

Von dem Moment als es geschah war der 11. September eine Gräueltat auf der Suche nach einer Metapher. Die Nachrichtenmedien verglichen sie anfänglich mit Pearl Harbor, der letzten Attacke auf amerikanischem Boden, an die sich viele Menschen erinnern können - zumal nach dem groß angekündigten Film, der sich als Flop an der Kinokasse herausstellte. Wenn man Kommentatoren glauben will, dann hätte der Akt des Terrorismus auch einem Hollywood-Skript entspringen können. Die Taktik der Terroristen nahm, ihnen zufolge, Action- und Abenteuer-Filme zur Vorlage. Zudem geschahen die zwei Flugzeugattaken gezielt zeitversetzt, so dass die Medien-Berichterstattung sie „live“ verbreiten konnte.

Doch die Suche nach einer Metapher existierte schon, bevor das unvorstellbare Verbrechen überhaupt stattfand. In einer Vorlesung am 14. November 2001 in der Jack Tilton Gallery in New York argumentierte der slowenische Philosoph Slavoj Žižek ähnlich:

„The rationale of the often-mentioned association of the attacks with the Hollywood disaster movies [is]: the unthinkable which happened was the object of fantasy, so that, in a way, America got what it fantasized about, and this was the greatest surprise.“<sup>1</sup>

In seiner Vorlesung, die er nur wenige Tage nach dem Angriff hielt, rief Žižek die Amerikaner dazu auf, die aus amerikanischen Filmen vertraute „Wir-gegen-sie“-Logik aufzugeben. Zurecht befürchtete er, dass eine aggressive amerikanische Reaktion die ideologische Kluft zwischen dem Westen und „dem Anderen“, wie sie häufig in Filmen und in der Politik zu finden ist, weiter verstärken würde. War der ideologische Raum des „Anderen“ ehemals vom Kommunismus ausgefüllt, schiene dies nun der Islam zu sein.<sup>2</sup> Der französische Philosoph Baudrillard hat sich in kürzlichen Interviews noch wesentlich pessimistischer und deterministischer als Žižek geäußert. Seiner Meinung nach hat der Westen nicht nur von einem Terrorismusanschlag, geträumt, sondern ihn sogar heimlich gewollt. „Power“, so Baudrillard, „is complicit with its own destruction“; Macht schafft ihre eigenen Revolutionen und Antikörper, und in diesem Fall sei daraus der 4. Weltkrieg entstanden (der 3. Weltkrieg war der Kalte Krieg). Da der Kalte Krieg, der einst eine symbolische Balance zwischen „Gut und Böse“ sicherte, von einem asymmetrischen und primär symbolischen Machtkampf abgelöst wurde, macht die „Wir-gegen-sie“-Rhetorik der alten Kriege keinen Sinn mehr. Terroristen streben danach, dass der Feind „sein Gesicht verliert“, und

- 1 Die Vorlesung Žizeks wurde auf mehreren Webseiten veröffentlicht. Unter dem Titel „Welcome to the Desert of the Real“, ist sie u.a. im Online-Magazin The Symptom (Issue 11: Spring/Summer 2002) unter [www.lacan.com/newspaper2htm](http://www.lacan.com/newspaper2htm) zu finden. Eine kürzere Version unter dem gleichen Titel ist unter [www.germany.indymedia.org](http://www.germany.indymedia.org) abrufbar. Wooster Press hat ein Buch zur Vorlesung veröffentlicht.
- 2 Symptomatisch scheint die kürzliche Popularität der Huntingtonschen Theorie vom „clash of civilizations“ (=Zusammenknall der Zivilisationen), die besagt, dass die Zukunft von einem Kampf zwischen Islam und dem Westen geprägt sein wird.

die Medien, die Bilder von „events“ als Konsumgüter verkaufen, dienen als Instrument dazu:

„Any violence would be forgiven them [the terrorists] if it were not broadcast by media („Terrorism would be nothing without the media“). But all that is illusory. There is no good usage of the media, the media are part of the event, they are part of the terror and they are part of the game in one way or another.“<sup>3</sup>

Beide Philosophen stimmen darin überein, dass die Medien „part of the game“ (so Baudrillard) sind, doch sie unterscheiden sich in ihrer Auffassung bezüglich der Möglichkeit von Intervention. Žižek argumentiert, dass der Zyklus von Gewalt durch die Beendigung der politischen Rhetorik des „Wir-gegen-sie“ gestoppt werden kann. (Anstelle der Frage „Warum konnte dies hier passieren?“ solle die Frage „Warum passiert es überhaupt?“ gestellt werden). Dagegen postuliert Baudrillard, dass jenseits von Gut und Böse gedacht werden sollte, u.a. deswegen, weil in der heutigen Gesellschaft alle ein Teil des Prozesses der Globalisierung sind. Er argumentiert jedoch, dass der Zyklus von Gewalt und Vergeltung so grundlegend zur Weltordnung gehört, dass Veränderung, „short of a total revolution“, unmöglich sei.

In diesem Artikel wird von der Annahme ausgegangen, dass die Medien „part of the game“ sind. Der Argumentation wegen wird jedoch angenommen, dass Veränderung möglich ist und dass die Medien ihrer Aufgabe verantwortungsvoller nachgehen könnten. Im Folgenden werden einige Metaphern untersucht, die in der Besprechung des Krieges gegen Terrorismus in den amerikanischen Medien verwendet werden. Der Schwerpunkt liegt auf der Verwendung von „wir gegen sie“ bzw. „gut gegen böse“, die die Grenzen zwischen Nachrichten und Unterhaltung verwischt. Argumentiert wird, dass, trotz der gleichen Verwendung von Metaphern in Nachrichten und Unterhaltung, Wege existieren, um die Struktur der Medien (als Wirtschaftsunternehmen) zu verändern, mit dem Ziel, beide Bereiche separat zu halten. Der Artikel schließt mit Vorschlägen, wie die Medien ihre Rolle in diesem „game“ durch Selbstregulierung verbessern könnten.

### Simplifizierende Rhetorik

Sah sich die USA, gemäß Žižek und Baudrillard, durch den 11. September einerseits mit ihren eigenen dunklen Unglücksfantasien konfrontiert, so haben andererseits Vergeltungsfantasien die amerikanische Reaktion zu dem Ereignis definiert. Nach den anfangs lockeren Analogien zu Pearl Harbor, dominierten Präsident Bushs aggressive Metaphern die Medienberichterstattung. So sprach er von einem zu unternehmenden Kreuzzug gegen die Terroristen, bis sein Presseteam bemerkte, dass der Begriff potentielle muslimische Alliierten abschrecken könnte. Danach sprach Bush in Westernmanier davon, Osama Bin Laden auf ein Plakat mit der Überschrift: „Gesucht: tot oder lebendig“ zu platzieren. Doch dies schien den Ruf des Präsidenten zu unterminieren. Unter dem Namen „Infinite Justice“ begann dann die Militäroperation in Afghanistan. Der Name hielt sich jedoch nur so lange, bis Bushs Medienmänner lernten, dass „Infinite Justice“ (=endlose Gerechtigkeit) Muslime

3 Der Artikel Baudrillards, „L'Esprit Du Terrorisme,“ erschien in der November 2 Ausgabe der Le Monde, und ist abrufbar unter: <http://www.lemonde.fr/article/0,5987,3232--239354-.00.html>. Baudrillard äußerte sich in ähnlicher Form im Spiegel (3/2002, S. 178-181).

beleidigen könnte, die dies für das Ressort Gottes halten. Als die Attacke auf Afghanistan dann immanenter wurde, schraubte Bush, angeblich auf Anraten seines Vaters, seine Rhetorik herunter. Das Weiße Haus stellte zudem eine Medienfirma ein, die über zukünftige Namen der Operation zu beraten hatte, um nicht weiterhin potentielle Alliierte zu entfremden. Die Mission wurde schließlich „Enduring Freedom“, fortdauernde Freiheit, genannt.

Trotz diverser Fehler und Veränderungen scheinen die amerikanischen Mainstream-Medien der Rede von Vergeltung gegenüber relativ unkritisch zu sein. Sie passt vielmehr zu der Art, wie verschiedene Medienunternehmen den Konflikt formulieren. So betitelten Nachrichtensender, große Tageszeitungen und nationale Radioprogramme ihre Berichte „America Fights Back“, „America Responds“ und „A Nation Challenged“. Diese Betitelungen erwecken nicht nur den Eindruck, dass der Anschlag und die Reaktionen darauf „vorgeschriebene“ Ereignisse sind, sie stimmen zudem mit vertrauten Handlungsabläufen in beispielsweise Action-Filmen überein. Diese Überschriften schaffen damit die Illusion, dass der Krieg zwischen zwei klar definierbaren Einheiten stattfindet: den „Guten“ und den „Bösen“ (Bush: „the evil ones“), oder „Wir“ gegen „Sie“. Dass diese Redeweise als „Waffe“ einsetzbar ist, wird an der Warnung Bushs deutlich, „to punish all those responsible for harboring terrorists“ (=all die zu bestrafen, die Terroristen Unterschlupf gewähren). Ein Großteil der Medien hat die „Wir-gegen-sie“-Terminologie des Weißen Hauses trotz ihrer Ungenauigkeit kritiklos übernommen.

### Medien-Patriotismus?

Zahlreiche Beispiele belegen offensichtlichen Patriotismus in den Nachrichten der Kabel- und Network-Stationen. Vor allem Rupert Murdochs Fox News Channel, der sich als Alter- native zur angeblich „liberalen“ Voreingenommenheit der US-Medien vermarktet, geriet unter starke Kritik. Der gegenwärtige Krieg kann gar als ähnlich wichtig für Fox gelten, wie dies der Golfkrieg für CNN war.<sup>4</sup> CNN hatte den Golfkrieg als ein eine Kraftprobe für neue Technologien präsentiert und den Zuschauern gezeigt, wie Cruise Missiles Gebäude durchdringen. Fox macht den Krieg in Afghanistan dagegen zu etwas Persönlichem, und benutzt Attribute wie „rats“, „terror goons“ und „psycho Arabs“ zur Beschreibung der al Qaida und der Taliban. Der ehemalige Talkshow-Gastgeber Geraldo Rivera ist einer der Fax-Kriegsberichterstatler. Vor seinem Antritt, sagte er einem Journalisten der Washington Post in einem Interview:

- 4 FAIR (Fairness and Accuracy In Reporting), eine amerikanische Watchdog-Organisation, kritisierte in diesem Zusammenhang sowohl CNN als auch FOX News dafür, dass diese ihren Reportern angewiesen hatten, sich nicht auf zivile Verletzte in Afghanistan zu konzentrieren. Das folgende Zitat stammt von einem Bericht vom 8. November 2001: „Network news outlets have reported stories about civilian casualties in Afghanistan with caution, often noting that Taliban claims are nearly impossible to verify. But many outlets show no inclination to be equally careful when evaluating the Pentagon's line on casualties. CATV, for example, has ordered reporters to frame reports of civilian deaths with reminders that „the Pentagon has repeatedly stressed that it is trying to minimize“ such casualties „and that „the Taliban regime continues to harbor terrorists who are connected to the September 11 attacks that claimed thousands of innocent lives in the U.S.“ (vgl. [www.fair.org](http://www.fair.org) - FAIR Action Alert, 1.11./2001). Der Nachrichtensprecher von Fox News Channels „Special Report with Brit Hume“ (5.11.2001), wunderte sich kürzlich, warum Journalisten überhaupt über zivile Todesfälle berichten sollten. „The question I have“, so Hume, „is civilian casualties are historically, by definition, a part of war, really. Should they be as big news as they've been?“

„I'm feeling more patriotic than at any time in my life. Itching for justice - or maybe just revenge“<sup>5</sup>.

Ein Auszug aus seiner Berichterstattung vom 20. November 2001 macht dies deutlich:

„We want to be there when they bring Osama Bin Laden to justice. We want - I've got a New York City fire department that I want to put on - on the body of his - you know, the head of his corpse. It's deeply personal, on the one hand. On the other hand, it is my professional calling.“

Auch andere Journalisten haben ihren Patriotismus ausgedrückt - wenn auch nicht so offen wie Rivera. So soll der langjährige Nachrichtensprecher bei CBS, Dan Rather, gesagt haben:

„George Bush is the President, he makes the decisions, and, you know, as just one American, he wants me to line up, just tell me where.“<sup>6</sup>

## Zensur-Bestrebungen

Die Bereitwilligkeit der Medien, offizielle Regierungsrhetorik zu übernehmen, mag erklären, warum Zensurbestrebungen der Regierung vom Großteil der Medien akzeptiert werden. In seinem Kommentar auf National Public Radio (NPR) am 14. September 2001, zählte Nachrichtenanalyst Dan Schorr mehrere Beispiele auf, die belegen, dass sich die amerikanischen Medien zunehmend dem Willen der Regierung unterwerfen. Nachdem die Washington Post die aus Regierungsquellen durchgesickerte Information veröffentlicht hatte, dass Regierungsexperten mit absoluter Sicherheit eine weitere Terrorattacke erwarteten, disziplinierte Verteidigungsminister Donald Rumsfeld Reporter während einer Nachrichtenkonferenz mit dem Argument, dass dieses Insider-Wissen nur unnötige Massenhysterie verursache. Daraufhin unterdrückten verantwortliche Reporter nachfolgende Berichte, die Gefahr laufen könnten, Regierungszensur auszulösen. In einem weiteren Vorfall überzeugte Sicherheitsbeauftragte Condoleezza Rice die Geschäftsführer der fünf Networks dazu, zukünftige Übertragungen der Ansprachen Bin Ladens zu unterdrücken, nachdem CNN ein Video ausgestrahlt hatte, in dem dieser das „Heldentum“ der 19 Flugzeugentführer hervor- hob. Rice argumentierte, dass zukünftige Veröffentlichungen die Bürger nur unnötig auf- hetze; außerdem könne Bin Laden die Videoausstrahlungen dazu missbrauchen, heimliche Codes an mögliche Angreifer zu übermitteln. Die fünf Geschäftsführer beschlossen daraufhin, zukünftige Sendungen einzuschränken - aus einer „patriotischen Verpflichtung“<sup>7</sup> her-

5 Eine ausführlichere Liste seiner Kommentare findet sich unter [www.fair.org](http://www.fair.org) und Extra! Jan/Feb 2002. <http://www.fair.org/extra/0201/geraldo-fox.html>.

6 „Patriotism and Censorship“, Extra! (Nov/Dec 2001): <http://Fair.org/extra/O111/patriotism-and-censorship.html>.

7 Zitiert aus dem 2. FAIR-Jahresbericht: „Fear and Favor 2001“: How Power Shapes the News“: „Originally the administration expressed concern about the possibility of Al Qaida members sending „coded messages“ to their followers in the segments. But Rice's main argument to the networks seems to have been that Bin Laden's statements had to be restricted because of their content. NBC News chief Neal Shapiro told the New York Times (11.10.2001) that Rice's main point „was that here was a charismatic speaker who could arouse anti-American sentiment getting 20 minutes of air time to spew hatred and urge his followers to kill Americans.“ Am folgenden Tag, dehnte Fleischer die Kampagne der Administration weiter aus und kontaktierte die

aus, wie ein Geschäftsführer diese Entscheidung erklärte. Schorr hob in seinem Kommentar zudem hervor, dass diese Art der Selbstzensur nicht einmal mit Ansprachen von Saddam Hussein, Slobodan Milosevic oder selbst Hitler in den USA stattgefunden hätte. Auch Fox übte sich in Selbstzensur, als mehrere vorgesehene Sendungen abgesagt wurden, um eine Sonderausgabe der Episode America's Most Wanted zu senden, einer Serie, die Kriminelle durch die öffentliche Verbreitung ihrer Fotos zu fahnden versucht. Präsident Bush nutzte die Sonderausgabe dazu, die neuesten F.B.I. „Gesucht“-Plakate verdächtiger Terroristen, samt Bin Laden, zu verbreiten - diesmal ohne den Zusatz „tot oder lebendig“.

Weitere Beispiele des heimlichen Einverständnisses zwischen Medien und Regierung lassen sich finden. Bill Mahler, Gastgeber der wöchentlichen Komödie Politically Incorrect, erfuhr starke Kritik, als er die Amerikaner - und nicht die Terroristen - als „Feiglinge“ bezeichnete. Schließlich sei es feiger, aus 2000 Meilen Entfernung Cruise Missiles abzufeuern, als in einem Flugzeug sitzen zu bleiben, wenn es in ein Gebäude fliegt. Die Firmen Sears und Federal Express zogen ihre Werbung für zukünftige Sendungen der Komödie zurück, 17 Fernsehstationen sagten die Sendung für die Zukunft ab, und der Pressesekretär des Präsidenten, Ari Fleischer, verkündete:

„There are reminders to all Americans that they need to watch what they say, watch what they do, and this is not a time for remarks like that; there never is.“

Obwohl sich Mahler daraufhin mehrfach entschuldigte, „politically incorrect“ gewesen zu sein, weigerten sich mehrere Sender, seine Sendung wieder auszustrahlen. Das erklärte Motiv der Inserenten und Sender: Patriotismus. Victor Navasky, Herausgeber des progressiven Magazins The Nation, zieht aus diesem und weiteren Vorfällen den Schluss, dass die Medien nicht einmal eine Monopolstellung benötigen, um im Gleichschritt zu marschieren.<sup>8</sup> Informationen sind also im Medienzeitalter zum strategischen Mittel auch in der Kriegsführung geworden. Wer das Wort hat, hat das Sagen.

Nachdem die ersten US-Bodentruppen in Afghanistan gelandet waren, verweigerte der Leiter des Militäreinsatzes in Afghanistan, General Myers, die Antwort auf mehrere Fragen von Reportern auf einer Pressekonferenz des Verteidigungsministeriums. Auf eine spezielle Frage in Bezug auf den Einsatz, den Myers als geheim klassifizierte, antwortete er:

„One of the things that I simply can't do is talk about any of the tactics, techniques and procedures that we use beyond what you've seen on that tape [...]“<sup>9</sup>

Außer dieser Verweigerung von Informationen hinderte das Militär die Presse daran, Konfliktorte aufzusuchen, v.a. im Anfangsstadium des Krieges. Es gab jedoch vereinzelten

Haupt-Zeitungen mit der Bitte, keine ganzen Protokolle der Mitteilungen Bin Ladens zu drucken. „The request is to report the news to the American people“, so Fleischer (New York Times, 12.10.2001). „But if you report it in its entirety, that could raise concerns that he's getting his prepackaged, pretaped message out.“ Während sich einige Medienfirmen ob der Eingriffe des Weißen Hauses entrüsteten, schienen andere für diesen Druck Verständnis zu haben. „We'll do whatever is our patriotic duty“, sagte Fox-Chef Rupert Murdoch (Reuters, 11.10.2001). In einer offiziellen Stellungnahme erklärte CNN außerdem: „In deciding what to air, CNN will consider guidance from appropriate authorities“ (AP, 10.10.2001). CNN-Chef Walter Isaacson fügte hinzu: „After hearing Dr. Rice, we're not going to step on the land mines she was talking about“ (New York Times, 11.10.2001). (vgl. www.FAIR.org)

8 Vgl. seinen Kommentar vom 5.11.2001 unter:

<http://www.thenation.com/doe.mhtml?i=20011105&s=navasky>

9 Vgl. <http://www.defenselink.mil/news/Oct2001/g011020-D-6570C.html>.

Protest. So berichtete Doug Struck, ein Reporter der Washington Post, dass er unter vorgehaltener Waffe an den Tora Bora Bergen zurückgewiesen wurde. Im Großen und Ganzen scheint die Mainstream-Presse ihre reduzierte Rolle zu akzeptieren.<sup>10</sup>

Besorgniserregender als die Versuche des Militärs, den Zugang zu Informationen einzuschränken, ist ihr Plan, sich mit privaten Kommunikationsfirmen zu verbünden, um „American views“ in Amerika und im Ausland zu fördern.<sup>11</sup> In einem PR-Manöver tat sich das Pentagon mit der Rendon Group, einer in Washington sitzenden globalen Kommunikationsfirma, zusammen, um eine „Office of Strategie Influence“ zu eröffnen. Starke Proteste aufgrund von Propaganda und Desinformation brachten die Administration und das Pentagon dann jedoch dazu, dieses Büro in der Anfangsphase wieder zu schließen. Trotzdem sind weitere Projekte zwischen der Regierung und der Industrie geplant, die das Ziel verfolgen, ein positives Bild amerikanischer Soldaten zu prägen. Am 21. Februar 2002 veröffentlichte die New York Times einen Bericht über „‘Reality TV’ About G.I.’s on War Duty“:

„The Pentagon is giving two Hollywood producers access to troops in Afghanistan and around the world to promote its war efforts through television’s genre of the moment, the reality series. The result is expected to be a 13-part series shown in prime time by ABC entertainment division this year. The producers - Jerry Bruckheimer, who produced the movies ‘Black Hawk Down’, and ‘Pearl Harbor’, and Bertram van Munster, whose credits include the reality series ‘The Amazing Race’, and ‘Cops’ - intend to tell the ‘compelling personal stories of the U.S. military men and women who bear the burden of this fighting,’ according to an ABC news release. The release was confirmed by a spokesman for the United States Central Command in Tampa, Florida.“

Dieses Reality TV produziert jedoch keine Nachrichten. Zumal das Pentagon ein Veto- Recht über das Endprodukt haben wird, und die Nachrichtenabteilung von ABC keinen Zugang zu dem Material haben wird. Gemäß dem 2. Jahresbericht von FAIR hat ABC im Oktober 2001 einen 25 Millionen Dollar schweren Vertrag unterschrieben, der die amerikanische Militärschule West Point Academy durch Werbung und Programm fördern soll. ABC soll im Juni 2002 eine Sendung mit dem Namen Young America Celebrates West Point ausstrahlen. Nach Informationen der Associated Press vom 31.10.2001 werden kurze Segmente namens West Point Minute in der Nachrichtensendung Good Morning America sowie Nightline ausgestrahlt werden, ohne jedoch als Werbung gekennzeichnet zu werden. Weitere Sendungen werden für den History Channel und ESPN entwickelt. Auch die New York Times berichtet, dass CBS mit dem Pentagon kooperiert, und dass das C.I.A. zwei neue TV-Serien plant, die den Kampf gegen al Qaida zum Thema haben.<sup>12</sup>

Wie ist dieses Zusammenspiel von Regierung und Medien zu verstehen? Oder vielmehr das Schweigen der Regierung und die Bereitwilligkeit der Medien, dieses Schweigen zu akzeptieren? Die Medien übermitteln keine Propaganda, sie übernehmen jedoch mehr als zuvor die Schilderung der Ereignisse durch die Regierung. Das Zusammenspiel scheint unter anderem auf der Normierung der Sprache, die ein Ereignis beschreibt, zu basieren. Diese Sprache der Regierung und der Medien um den 11. September und den Folgen daraus, ist

10 Vgl. New York Times, „Reality TV“, 21.2.2002

11 Vgl. New York Times, 21.1.2002

12 Vgl. New York Times, 30.4.2002

patriotisch und gar biblisch geprägt. Sie tendiert dazu, die Welt in zwei Lager aufzuteilen: in die, die für uns, und in die, die gegen uns sind. Eine Konsequenz der Benutzung einfacher Metaphern und Beziehungen wie „Wir-gegen-sie“, ist die Simplifizierung komplexer Ereignisse und Hintergründe auf etwas leicht für jedermann Begreifbares. Ein wichtiges Element in diesem dualistischen Weltbild ist auch die Personifizierung des Feindes. Jedes Jahrzehnt hat seinen Feind: Für Reagan waren es die Soviets und Kadhafi, für Bush Senior und Clinton war es Saddam Hussein und nun ist es Bin Laden. Das „Gute“ definiert sich dagegen in Abgrenzung gegen das „Böse“ und wird in der Flagge symbolisiert, die (bis Monate nach dem Unglück) überall auf amerikanischem Terrain zu finden ist: auf Autos, Häusern, Polizeifahrzeugen, und gar in Zeitungen und Webseiten - zum Herunterladen oder zum Ausschneiden.<sup>13</sup> Auch die Geschichten der Opfer waren von Anfang an personalisiert und untermauert vom Aufruf zur Einheit und zum Patriotismus. Die Vielseitigkeit von Perspektiven und Weltansichten bleibt dabei unberücksichtigt, und mangels Hintergrundanalysen und Selbstreflexion findet sich der öffentliche Diskurs schnell an die Peripherie versetzt.

### Selektion der Prioritäten

Es wurde jedoch auch um Zurückhaltung gebeten. Die Nachrichtenagentur Reuters rief beispielsweise ihre Journalisten in einem internen Memo dazu auf, nicht das Substantiv „Terrorismus“ zu benutzen, da des Einen Terroristen des Anderen Freiheitskämpfers sei - obwohl dies auf starke Kritik stieß. Eher linksstehende Magazine wie The Nation kritisierten ebenfalls derartige patriotische Rhetorik. Einige linke amerikanische Wissenschaftler schlossen sich der Kritik an. So sprach sich der Literaturkritiker Stanley Fish in einem Artikel der New York Times für eine nuanciertem und vorsichtigeren Verwendung der Sprache aus. Auch der Kulturkritiker Edward Said kritisierte das dualistische Weltbild sowie die biblische Sprachverwendung der Regierung und der Medien in einen Beitrag für The Nation.<sup>14</sup> In einem Interview mit Al-Ahram Weekly Online<sup>15</sup>, kritisierte Said die Medien dafür, die arabische und islamische Geschichte, Gesellschaft und Kultur so zu misrepräsentieren.

„[...] The media itself has become little more than an arm of the war on terrorism in Afghanistan and elsewhere, as now seems to be the case with the projected attack to 'end' Iraq.“

Auch den Intellektuellen und Kommentatoren gegenüber bleibt er kritisch, die „[...] not accept that the world we live in, the historical world of national and peoples, is moved and can be understood by politics, not by huge general absolutes like good and evil, with America always on the side of good, its enemies on the side of evil“.

Warum aber besteht diese Tendenz der Medien - und nach Said auch der Intellektuellen - dazu, in der Sprache moralischer Absolute zu kommunizieren? Zwang scheint ein Teil des Problems zu sein. In einem Pamphlet namens „Defending Civilization: How Our Universities Are Failing America and What Can Be Done About It“, kritisiert der American Council

13 Gegen Januar 2002 waren viele - jedoch nicht alle - Flaggen bereits verschwunden.

14 Vgl. The Nation, 22.10.2001, <http://www.thenation.com/doc.mhtml?/=20011022&s=said>

15 Abrufbar unter: [http://www.ahram.org.eg/weekly/2002/5\\_75/op2.Htm](http://www.ahram.org.eg/weekly/2002/5_75/op2.Htm)

of Trustees and Alumni, eine stark geförderte private Organisation unter Leitung von Lynne Cheney, Ehefrau des derzeitigen Vizepräsidenten, amerikanische Akademiker dafür, nicht den Anweisungen des Präsidenten und der allgemeinen Öffentlichkeit in „calling evil by its rightful name“ zu folgen. Dies erinnert an die „Mit-oder-ohne-uns“-Rhetorik, die gegen Reuters verwendet wurde, als diese Nachrichtenagentur den Gebrauch des Wortes „Terrorismus“ modifizierte. Es wird klar, dass in der Formulierung einer nationalen Rhetorik, Zwang eine einflussreiche Rolle spielt, Konsens aber eine wichtigere. Wenn Nachrichtenagenturen der Regierung den Informationsfluss zu kontrollieren erlauben, oder wenn sie sich mit Regierungsabteilungen zusammenschließen, um Infotainment zu produzieren, das die amerikanische Perspektive favorisieren soll, dann geben sie die kritische Funktion der Presse als „Vierte Gewalt“ auf, und erlauben es, dass Informationen zur Kriegswaffe werden.

### Einheit statt Vielfalt?

Zensur impliziert nicht nur, Stimmen zum Schweigen bringen. Zensur ist die Hegemonie der Metapher. In der Medienberichterstattung Amerikas nach dem 11. September sind dies die zweidimensionalen Metaphern aus Actionfilmen, biblischen Konflikten und Patriotismus. Dies geschieht oft ohne einen kritischen Blick auf Probleme, Hintergründe und Zusammenhänge, der für eine kritische Öffentlichkeit konstitutiv ist.

Ein Großteil der Amerikaner, auch der Medienmacher, war geschockt in Anbetracht des Terroranschlags am 11. September. Den „Desert Storm“ während des Golfkrieges konnten die Amerikaner abends am Fernseher verfolgen, und es war weit genug weg. Der Terroranschlag dagegen hat den Krieg näher nach Hause gebracht. Man hört, die Nation sei „vereint“, man verteidige zusammen die amerikanische Flagge und die Freiheit, die sie repräsentiert, gegenüber denjenigen, die sie zerstören wollen. Aber aus einer medienethischen Perspektive ist das Problem der Flagge eben diese Einheit, die sie schaffen will. Die Medien versagen in der Erfüllung ihrer patriotischen Pflicht dabei, ein Forum für einen freien und offenen Diskurs zu schaffen. Gerade dann, wenn sich die Geschlossenheit gegenüber „dem Feind“ bildet, geht die Vielfältigkeit der Perspektiven und Meinungen verloren, die das Hauptmerkmal einer freien und kritischen Presse sind.

### Konklusion: Medienethische Vorschläge

Die Reaktion der Medien auf den Terroranschlag und die aufgeführten Beispiele machen deutlich, wie selbst im Land der hochgeschätzten Pressefreiheit die Gefahr der Instrumentalisierung der Medien für propagandistische Zwecke besteht, und wie die Grenzen zwischen Information und Unterhaltung zu verwischen drohen. Dies stellt ein medienethisches Problem dar. Medien als die Hauptinformationsquelle (und damit auch -interpretationsquelle) der Bevölkerung haben u.a. die Aufgabe, die Regierung und andere Machtinstanzen unter Kontrolle zu halten. Medien dürfen und sollen in freiheitlich-demokratischen Regierungen jedoch nicht kontrolliert werden. Dies würde z.B. in den Vereinigten Staaten mit dem 1st Amendment kollidieren, das die Presse- und Meinungsfreiheit für die Medien garantiert. Doch handelt es sich hierbei um Meinungsfreiheit? Wenn Information zur Unterhaltung wird, wird Krieg schnell zur Soap-Opera - mit der Konsequenz, dass Zuschauer nicht mehr



politisch engagiert Informationen aufnehmen, sondern sie wie eine Gameshow konsumieren. Das hier beschriebene journalistische Handeln widerspricht den publizistischen Grundsätzen von Objektivität, Ausgeglichenheit, Wahrheit und Transparenz der Quellen.<sup>16</sup> Wenn sich Medienunternehmen außerdem auf Regierungsvorgaben einlassen, wird die Grenze der Freiheit der Berichterstattung gefährdet. Wo lässt sich hierbei die Grenze ziehen? Welche Alternativen lassen sich also anstelle einer Medienkontrolle finden? In freiheitlichen Mediengesellschaften kann dies nur die Form der Medien-Selbstkontrolle annehmen.<sup>17</sup> Selbstkontrolle der Medien zielt auf die „Autonomie der Kontrolle gegenüber staatlichen Steuerungsansprüchen“<sup>18</sup> sowie auf die Entwicklung von Grundsätzen für einen verantwortungsvollen Journalismus<sup>19</sup>. Die Kontrolle der Medien erfolgt daher nicht von außen (wie bei der Fremdkontrolle), sondern aus sich selbst heraus. In einem Medienmarkt bedeutet dies, dass eine Infrastruktur bestehen muss, die Selbstkontrolle ermöglicht und damit eine publizistische Qualitätssicherung leistet.<sup>20</sup> Beispiele medienethischer Selbstkontroll-Institutionen lassen v.a. in den USA mannigfach finden.<sup>21</sup> Als Basis medienethischer Selbstkontrolle hilfreich sind zum Beispiel sogenannte Company Codes. Diese firmeninternen Codes werden innerhalb spezifischer Medienunternehmen eingesetzt. So haben große Unternehmen wie ABC, CBS, NBC oder die Washington Post eigens formulierte „Standards and Practices“ (S&Ps), die den Arbeitnehmern auferlegt werden. Dies kann für individuelle Journalisten eine Art „Handlungsanleitung“ in Krisenzeiten darstellen. Wichtig ist bei diesen Medien-Codes, dass ihre Einhaltung sanktioniert oder zumindest diskutiert wird. Dies ist auch als eine Art Qualitätskontrolle<sup>22</sup> innerhalb von Unternehmen zu sehen. Damit Medien-Codes jedoch auch im ganzen System - und damit politisch -, relevant sind, bietet es sich an, Codes wie es sie in Amerika schon seit Anfang des 20. Jahrhunderts auf professioneller Ebene gibt, öffentlich zu machen und sie als Maßstab für das Medienverhalten zu nutzen.<sup>23</sup> Eine weitere relevante Institutionen der Selbstkontrolle, wie in der Analyse hier deutlich wurde, sind Medien Watchdog-Institutionen, die meist als Non-Profit-Unternehmen das Medienverhalten beobachten, kritisieren und diese Fälle publik machen. Beispielhaft wurde hier FAIR erwähnt. Ein weiterer Grundbaustein der Medienethik ist die Medienerziehung an Schulen und Universitäten. Auch sollten Medienprofessions-Gruppen öffentliche Foren und Netzwerke bereitstellen, die ein medienethisches Bewusstsein schärfen und damit die Öffentlichkeit und das Medienpublikum wie Medienschaffende selbst fortwährend medien-ethisch weiterbilden. Medienethik setzt hieran an, und hat sich an Beispielen, wie den hier aufgeführten, immer wieder neu zu definieren.

16 Vgl. Pressekodex des Deutschen Presserats für publizistische Grundsätze der deutschen Presse.

17 Vgl. Wiedemann 1992, Eisermann 1997; Stapf 2000

18 Eisermann 1997, S. 238

19 Mestmäcker, 1990, S. 5

20 Vgl. Ruß-Mohl 1994

21 Vgl. Stapf 2000

22 Zum Begriff der Qualitätskontrolle in medienethischer Hinsicht vgl. Karmasin 1998 & 1999.

23 Der erste Ethik-Code wurde in den USA 1910 von der Kansas Editorial Association formalisiert, (vgl. Goodwin 1983). Eine Ausarbeitung in Codes of Ethics erfolgte daraufhin in den 20er Jahren durch die Berufsverbände.

## Literatur

- Baudrillard, Jean (2002): The Spirit of Terrorism. In: Harper's Weekly vom 29Feb. 2002, S. 13-18.
- Deutscher Presserat (1999): Publizistische Grundsätze (Pressekodex). In: Ders. Jahrbuch 2000. Konstanz, S. 257-279.
- Eisermann, Jessica (1997): Medienselbstkontrolle. Ein organisationsanalytischer Vergleich des Deutschen Presserats und der Freiwilligen Selbstkontrolle Fernsehen. In: Weßler, Hartmut (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik: die gesellschaftliche Auseinandersetzung mit öffentlicher Kommunikation in der Mediengesellschaft. Opladen, S. 237-250.
- Goodwin, H. Eugene (1983): Groping for an Ethics in Journalismus. Ames.
- Karmasin, Matthias (1998): Oligopole in freien Gesellschaften. Medienfreiheit als ökonomisches und ethisches Problem. In: Wunden, Wolfgang (Hrsg.): Freiheit und Medien. Beiträge zur Medienethik. Band 4. Frankfurt, S. 79-95.
- Karmasin, Matthias (1999): Stakeholder Orientierung als Kontext zur Ethik von Medienunternehmen. In: Funiok, Rüdiger / Schmäzle, Udo F. / Werth, Christoph H. (HRSG.): Medienethik - die Frage der Verantwortung. Bonn, S. 183-211.
- Mestmäcker, Ernst-Joachim (1990): Selbstkontrolle und Persönlichkeitsschutz in den Medien. Ein Symposium der Bertelsmann Stiftung am 27. März 1990 in Gütersloh.
- Ruß-Mohl, Stephan (1994): Der I-Faktor. Qualitätssicherung im amerikanischen Journalismus - Modell für Europa? Zürich. Osnabrück.
- Stapf, Ingrid (2000): Formen medienethischer Selbstkontrolle am Beispiel amerikanischer Modelle. In: Schicha, Christian / Brosda, Carsten (Hrsg.): Medienethik zwischen Theorie und Praxis: Normen für die Kommunikationsgesellschaft. Münster, S. 144-166.
- Wiedemann, Verena A.-M. (1992): Freiwillige Selbstkontrolle der Presse. Eine länderübergreifende Untersuchung. Gütersloh.
- Žižek, Slavoj (2002): Welcome to the Desert of the Real. The Symptom (Issue II: Spring/Summer 2002): [www.lacan.com/newspaper2htm](http://www.lacan.com/newspaper2htm).