

Erfolgreiche Medienstrategie im Irak-Krieg

Bericht über die Erfahrungen der amerikanischen Armee

Von Thomas Rid, Berlin*

Neue Rahmenbedingungen haben die Streitkräfte gezwungen, in ihrer Öffentlichkeitsarbeit grundlegend umzudenken. Die Kooperation mit den Medien soll die bisherige konfrontative Haltung ablösen. Das Einbetten von Journalisten wird von der US Army nun als Zukunftsmodell gesehen. Im Folgenden beleuchtet der Autor die im jüngsten Golfkrieg geübte Praxis aufgrund eines Berichts der 3. Infanteriedivision.

Zensur ist heute nahezu unmöglich geworden. Der Versuch, im modernen Krieg die Presse unter Kontrolle zu bringen, indem das Militär Informationen zurückhalte, sei wie Wasser in den Händen halten zu wollen, erklärt ein ranghoher Vertreter der Abteilung für Informationsoperationen und Technologieintegration des Pentagons. Der wichtigste Grund ist die moderne Kommunikationstechnologie. Nicht nur das Militär befindet sich in einem Transformationsprozess und hat seine Waffensysteme modernisiert, auch die Medien haben aufgerüstet. Die Antwort der amerikanischen Streitkräfte vor dem Irak-Krieg war das «Einbetten» der Journalisten.

Beschleunigung der Berichterstattung

Noch vor zwölf Jahren, im Krieg am Persischen Golf 1991, arbeiteten Journalisten unter völlig anderen Bedingungen als heute. Molly Moore, «Washington Post», begleitete damals die Marines auf ihrem Weg nach Kuwait. Das Problem, sagte sie rückblickend, sei gewesen, die Information physisch zu übermitteln. So musste sie ihre Texte auf einer Diskette speichern, damit in das Kommandozelt gehen und die Information über Satellit zur Basis schicken; von dort wurde der Text schliesslich nach Dahran zur Weiterverbreitung gefaxt. Carl Rochelle, CNN, 1990 als Reporter an Bord des mittlerweile ausser Dienst gestellten Schlachtschiffs «Wisconsin», filmte den ersten Abschuss eines Tomahawk-Marschflugkörpers. «Wir haben um 1 Uhr 40 morgens gefilmt, um 15 Uhr ging das Material von Bord. Ich fand, das war verdammt gut. Ich glaube, es war am nächsten Tag auf Sendung.»

Verglichen mit heutiger Live-Berichterstattung, war dieser Ablauf langsam. Er bot den Public-Affairs-Offizieren der Streitkräfte ausreichend Gelegenheit, kritische Informationen zu zensieren und zurückzuhalten. In der Tat waren in jenem Krieg die sogenannten Pools – kleine eskortierte Gruppen von Reportern, die ihre Informationen Kollegen zur Verfügung stellen mussten – einer doppelten Kontrolle unterzogen. Erstens wurden sie von der Armee transportiert und bekamen nur ganz bestimmte Dinge zu sehen; zweitens wurden ihre Berichte sogenannten Security Reviews, also einer Zensur, unterzogen. Das Resultat war eine konfrontative Haltung der meisten Journalisten gegenüber dem Militär.

Zehn Jahre später, im Krieg in Afghanistan 2001, sahen sich die Öffentlichkeitsarbeiter der amerikanischen Streitkräfte einer zweifach ungünstigen Situation gegenüber. Einerseits war das Verhältnis zu den Vertretern der Massenmedien

getrübt, andererseits waren die vielen auf eigene Faust reisenden Journalisten, vom Militär «Unilaterals» genannt, jetzt mit einer Technik ausgerüstet, die Berichterstattung in Echtzeit möglich machte. Dies setzte die Planer im Pentagon unter starken Druck.

Kooperation statt Konfrontation

«Wir haben gelernt, wie man das Tier füttert», erläutert ein Mitarbeiter des Pentagons die neue Strategie an einer Konferenz über Informationskriegführung in Washington, «also haben wir uns darauf eingestellt.» Die Reaktion des Verteidigungsministeriums auf die technische Aufrüstung der unliebsamen Medien war, die Journalisten einzubinden und mit ihnen zusammenzuarbeiten. Das «Einbetten» der Medien war die Umsetzung dieses Gedankens.

Insgesamt berichteten etwa 2500 Journalisten vom Schauplatz des Irak-Kriegs. In der ersten Kriegsphase waren mehr als 600 von ihnen bei Einheiten der vorrückenden amerikanischen Streitkräfte eingebettet. Die Reporter wurden als «Mitglieder» der Einheiten gesehen, wie sich das Handbuch (Field Manual) für Öffentlichkeitsarbeit der Armee ausdrückt. Sie sollten mit den Soldaten «essen, schlafen und sich bewegen». Die Absicht war, dass die Journalisten ein emotionales Verhältnis zu den Soldaten aufbauen können und ein Vertrauensverhältnis geschaffen wird. «Die Idee des Einbettens der Medien setzt Vertrauen voraus», lehrt das Handbuch. Ziel war es, die Ereignisse aus Sicht des Soldaten erzählen zu lassen und gleichzeitig die gegnerische Propaganda zu kontern.

Und dies, so meint die Armee, habe hervorragend funktioniert. Vor kurzem stellte die 3. Infanteriedivision einen «After Action Report» fertig. Darin wird neben anderen Aspekten der Operation im Irak auch das Einbetten der Medien bewertet. Bereits während des Krieges sei evident gewesen, dass das Programm nach den Erwartungen funktionierte, steht in dem Bericht geschrieben. Die Medien publizierten und sendeten die «grossartige Arbeit unserer Soldaten» auf der ganzen Welt, wahrheitsgemäss und unverblümt. Auch, so meinen die Autoren, hätten die eingebetteten Journalisten ihre Funktion als neutrale Berichterstatter erfüllt: «Die eingebetteten Medien schufen ein Gegengewicht zu der negativen Berichterstattung der Reporter ausserhalb des Iraks.» Diese Einschätzung deckt sich sogar mit einer Studie der Universität Cardiff, die im Auf-

Fortsetzung ->

Fortsetzung

trag der BBC durchgeführt und ebenfalls vor wenigen Tagen veröffentlicht wurde. Sie ergab, dass die eingebetteten Medienvertreter eine viel ausgewogenere Darstellung der Ereignisse lieferten als einige nicht eingebettete Reporter, vor allem gegenüber Studioberichten.

Die Reporter sind daher, wie sich die 3. Infanteriedivision ausdrückt, «Teil des Teams» geworden. Während des Irak-Krieges wurde den Medien ein bisher noch nie da gewesener Zugang zu militärischen Planungen gewährt. Es habe keinen Fall eines Vertrauensmissbrauchs durch die Medien während der gesamten Operation gegeben, wird in dem Report ausgeführt. Vertrauen und Kooperation haben also Zensur und Konfrontation weitgehend ersetzt.

Einbetten als Erfolgsmodell

Von Seiten der Medien sind skeptischere Stimmen zu vernehmen. So beklagen und befürchten einige, dass die Neutralität der Journalisten und die Ausgewogenheit der Berichterstattung unter der neuen Strategie litten. Manche Journalisten hätten sich so sehr mit «ihrer» Einheit identifiziert, dass dies die journalistische Unabhängigkeit kompromittiert habe. Der Amerikaner George Wilson beispielsweise war für das «National Jour-

nal» bei den Marines eingebettet. Er sah sich in einer Situation, die jener des zweiten Hundes in einem Hundeschlitten glich. Man sehe viel vom ersten Hund, könne jedoch nicht aus dem Gespann ausbrechen, um einer Geschichte nachzugehen, ohne seinen Platz zu verlieren.

Von der Armee hingegen wird die Kooperation mit den Medien während der ersten, intensiven Phase des Irak-Krieges als uneingeschränkter Erfolg bewertet. Der Bericht der 3. Division empfiehlt, das Einbetten in Zukunft als bevorzugte Option der Öffentlichkeitsarbeit einzurichten. Die Militärs schlagen sogar vor, dass die Reporter in Zukunft ihre eigenen Transportfahrzeuge stellen. Soldaten sollen bereits im Training gezielt auf den Umgang mit eingebetteten Journalisten vorbereitet werden. Dieses Erfolgsmodell ist jedoch nicht auf die gegenwärtige zweite Phase des Krieges anwendbar. Das Einbetten endete zwar mit der Besetzung Bagdads durch amerikanische Truppen, der Krieg aber ging in anderer Form weiter. Dieser ist heute geprägt von Guerilla-Taktiken und terroristischen Anschlägen vor allem gegen die amerikanischen Truppen. Der Anreiz für Journalisten, sich bei eben diesen Truppen einbetten zu lassen, dürfte äusserst gering sein.

* Der Autor ist Mitarbeiter der Forschungsgruppe Sicherheitspolitik der Stiftung Wissenschaft und Politik in Berlin.