



Medienimpulse
ISSN 2307-3187
Jg. 48, Nr. 2, 2010
Lizenz: CC-BY-NC-ND-3.0-AT

Militainment ahoi! Zu einer vergleichenden
Parallelektüre bildspezifischer
Kriegsberichterstattung.

Thomas Ballhausen

Wenn man vom „Todesstern“ hört wird man wohl am ehesten an „Star Wars“ (1977) oder vielleicht auch „Austin Powers“ (1997) denken – und nicht unbedingt an den Spitznamen eines Kriegsschiffes. Und doch ist dieser eingängige Begriff der ‚nick name‘ der U.S.S. Coronado, einem speziell auf Auswertung strategisch wichtiger Informationen ausgerichteten Schlachtschiff. Dies alles wäre wohl nicht mehr als eine weitere skurrile Anekdote, die das US-amerikanische Militär zum Thema hat. In dem Fall liegen die Dinge anders, zeichnet doch der Disney-Designer Bran Ferren für die Gestaltung der Kommandobrücke verantwortlich:

Dort [= auf der Brücke des Schiffes, T.B.] herrschen gänzlich unmilitärische Bedingungen: flache Hierarchien am runden Konferenztisch, warme Beleuchtung und komfortable Sessel. Zweck der Wohlfühl-Atmosphäre: in angenehmem Ambiente eine entscheidungsfreundliche Atmosphäre schaffen. Denn, so erläutert Ferren, in den Befehlsstrukturen sollte sich das Militär nicht von der Entertainment-Industrie unterscheiden. „The core component of leadership is storytelling, how to articulate a vision and communicate it to people around you to help to accomplish the mission. Either way, you need a place where you can be contemplative, to look at the larger concepts, whether the mission is putting together a theme park or putting together war-fighting.“

Ob Vergnügungspark oder Schlachtfeld: das Design bestimmt das Bewußtsein.

[1]

Dieses kleine Beispiel kann hier allegorisch für eine, zuletzt wieder deutlicher spürbare Entwicklung stehen: Die Verknüpfung von Medien, Unterhaltungskultur, Werbung und politischer Einflussnahme findet immer häufiger auch unter militärischen Vorzeichen statt.[2] Der Ansatz selbst ist aber keineswegs eine Erfindung des späten 20. und frühen 21. Jahrhunderts – vielmehr bekommen wir tagtäglich die technisch ausgefeilteren und verbesserten Versionen von Konzepten des ersten militärischen Konflikts geboten, der auch maßgeblich in den (Massen-)Medien ausgefochten wurde: der Erste Weltkrieg. In den folgenden Ausführungen soll deshalb eine Parallelektüre der historischen Beispiele, insbesondere der k.u.k. Kriegswochenschauen des Ersten Weltkriegs, und ihrer aktuellen Pendants unternommen werden. Anhand dieses Vergleiches kann die Bedeutung der Analyse historischer Beispiele zur Gewinnung kritischer Analyseinstrumente verdeutlicht und im Rahmen einer kritischen Auseinandersetzung mit den, von diesen frühen Entwicklungen immer noch deutlich beeinflussten Medien nutzbar gemacht werden.[3]

Entwicklungslinien

Bilder, Grafiken und dergleichen waren immer schon bevorzugte Medien in der Vermittlung und stellvertretenden Austragung militärischer und politischer Konflikte. Auf Plakaten und in Flugschriften fand diese Form der Berichterstattung oft auch in Verbindung mit langen erläuternden Passagen ihren Niederschlag; von Bedeutung waren bis ins 18. Jahrhundert auch noch allegorische Darstellungen, welche die zeitgenössischen Betrachter, der Intention der Auftraggeber bzw. der Autoren und Künstler folgend, decodieren und somit vollständig – im Sinne der zu vermittelnden Botschaft – verstehen konnten.[4] Die sich ausbildenden Printmedien bedienten sich in ihrer bildspezifischen Berichterstattung ebenfalls der Grafiken, die aber – abgesehen von Ausnahmen – in den Redaktionsbüros erstellt wurden.[5]

Dies änderte sich in der zweiten Hälfte des 19. Jahrhunderts, vor allem bedingt durch die verstärkte Verwendung von Fotografien. Eines der ersten Beispiele ist die spezifische Erfassung des Krim-Kriegs (1853 – 1856) durch den Berufsfotografen Roger Fenton, der immer wieder als der erste Kriegsfotograf bezeichnet wird. Doch schon dieser Beginn stand unter keinem guten Stern, war Fenton doch im direkten Auftrag des britischen Königshauses unterwegs – also dazu gezwungen, positive Gegenbeispiele zur kritischen Berichterstattung[6] bezüglich des unpopulären Konflikts zu generieren – und in der Auswahl seiner Motive durch restriktive Vorgaben stark eingeschränkt:

Das Kriegsministerium hatte ihn angewiesen, Tote, Verstümmelte oder Kranke nicht zu fotografieren, und bei den meisten anderen in Frage kommenden Motiven hinderte ihn seine sperrige Apparatur am Fotografieren. So kam es, daß sich der Krieg auf Fentons Aufnahmen wie ein Gruppenausflug von lauter würdigen Männern ausnimmt.[7]

In der Folge wurden so genannte ‚Specials‘ beschäftigt, die die jeweiligen militärischen Geschehnisse nun direkt vor Ort erfassen sollten. Der hinter dieser Neuerung stehende Wunsch nach ‚Authentizität‘ in der Kriegsberichterstattung sollte noch häufiger auftauchen; so auch in der österreichischen filmischen Kriegsberichterstattung des letzten Kriegsjahres, in dem man weniger die Etappe als vielmehr das eigentliche Schlachtfeld zeigen wollte – ein Plan der nur in Details umgesetzt werden konnte. Vielfach wurde, etwa im Rahmen von Kriegsausstellungen, auf die später noch eingegangen wird, auch auf klassische Darstellungsformen zurückgegriffen. Die offiziell tätigen Frontkünstler trugen dabei mit ihren Arbeiten das Diktum der Entindividualisierung des Einzelnen in einer kämpfenden Masse mit; das wahre Gesicht des Grauens hingegen kam nur in den privaten Aufzeichnungen und Skizzen der Künstler zum Vorschein.

Doch die angebliche Annäherung an die Realität des Krieges war und bleibt zu großen Teilen eine Täuschung: Kriegsberichterstattung ist im Falle der parteilichen Beteiligung an einem militärischen Konflikt nie frei von Instrumentalisierung. Vielmehr wird ganz im Gegenteil mit der

angeblichen Annäherung an die Wirklichkeit die Kluft zum angenommenen Tatsächlichen noch vergrößert. Die Tendenzen der Virtualisierung und Simulation sind immer auch am jeweiligen Stand medialer Sozialisierung ausgerichtet:

Bilder moderner Krieger und Kriegstechnologie, von Tod, Töten und Vernichtung, in den Rahmen einer Leinwand oder eines Bildschirmes gespannt und zum Konsum unter den allgemeinen Bedingungen des Konsums massenhaft reproduzierter Bilder freigegeben, werden in einem Rezeptionsspektrum aufgenommen, das in einem langfristigen Prozeß durch die Medien selbst geformt ist.[8]

Weltprojektionen

Das Publikum war durch die Unterhaltung mit Panoptiken, Arkaden-Läden und Schaubuden mit den zahlreichen präkinematografischen Attraktionen vertraut geworden. Mit dem Ende des 19. Jahrhunderts setzte sich innerhalb dieses mannigfaltigen Angebots eine Tendenz durch: Die Kinematografie entwickelte sich von der Nummernattraktion zum quasi-alleinigen Publikumsliebbling und schließlich auch zur Massenunterhaltung. Die Zuschauer hatten mit der Entwicklung des Films die preiswerte Möglichkeit via der Projektion „*paradox pleasure[s]*“[9] zu genießen: auf Reisen zu gehen, „*Zeuge kolonialer Besitzergreifung*“[10] zu werden – und Krieg indirekt vermittelt zu bekommen. Die Folge war das Ersetzen einer Realität im körperlich-materiellen Sinne durch die multiplizierbare Virtualität des Gezeigten, ohne dessen Wert im Sinne von Präsentation oder Repräsentation zu mindern oder auf das Spektakel verzichten zu müssen: „*Everything that was directly lived has moved away into a representation.*“[11] Die damit einhergehende Instrumentalisierung

des Blicks, die später noch deutlicher hervortreten sollte, ist an diesem Punkt der Entwicklung schon spürbar und am sich wandelnden Verhältnis zwischen Welt und Bild deutlich nachvollziehbar. Schon ab der Frühen Neuzeit wurde begonnen, die Welt mit bildlichen Darstellungen einzuholen, im späten 19. Jahrhundert mündete dieses Unterfangen schließlich in den Versuch, die Welt als Bild darzustellen. Im Falle der Kriegsberichterstattung ist deshalb eine zunehmende Überlagerung der vereinbarten Wirklichkeit durch Projektionen – vorstellungsgemäße und kinematographische – die direkte und auch noch heute spürbare Folge:

Die Analogie von Kino und Katastrophe hat unser Entsetzen maskiert und vielleicht gelindert, aber wir kommen aus diesem Film nicht mehr heraus. Mehr noch: Jedes Ereignis beschleunigt die Kinematographisierung der Welt. Das richtige Bild im Kino schert sich kaum darum, wie viel Realität und Fälschung es enthält. In der Kino-Welt scheint es nur logisch, daß auf ein Bild, das Realität abbildet, als sei es ein Kinotraum, ein fingiertes Bild folgt, das vollständig real erscheint. Es ist also nicht mehr einfach das Bild, das zur Welt werden will (auch wenn genau damit die Verwandlung von Entsetzen in Propaganda bewerkstelligt wird). Die Welt wird ihr eigenes Bild.[12]

Die Fragmentierung des eigentlichen militärischen Konflikts und die Zertrümmerung eines umfassenden Erfassens in einen fragmentierten und fragmentierenden Blick geht hier Hand in Hand. Die „*Kinematographisierung der Katastrophe*“[13] ermöglicht eine Fokussierung und Selektion, lässt aber den Bereich jenseits des Fokus – und im Rahmen einer erfolgreichen Propaganda auch jenseits des Fokus liegen soll – vergessen, vermittelt uns also nur ein verzerrtes Bild einer angeblichen Vollständigkeit des Erfassten. Filmische Kriegsberichterstattung orientiert sich mit der Instrumentalisierung des Blicks nicht zufällig an der Schaulust des Publikums. Dabei kommt den Gestaltern von Berichten und Propaganda eine sich ab der Frühzeit des Kinos abzeichnende Virtualisierungstendenz zugute: Das real Vorgeführte wird durch ein virtuelles Substitut ersetzt und erlaubt eine problemlosere Verzerrung in Darstellung und erläuternder Schilderung.[14] Die direkte Adressierung an das Publikum kam, bezogen auf die österreichische filmische

Kriegsberichterstattung des Ersten Weltkriegs, zwei sehr unterschiedlichen Wünschen nach: einerseits dem durch die Euphorie der ersten Kriegsjahre geweckten Bedürfnis nach eigener Kriegserfahrung und andererseits eben der ikonophage Wunsch nach der Auseinandersetzung mit dem Thema, ohne sich selbst dabei in Gefahr zu begeben oder vor Ort anwesend sein zu müssen. So konnten etwaige Zweifel an der Schlagkraft der eigenen Truppen relativ problemlos – wenn mitunter auch ohne Realitätsbezug – ausgeräumt und die Aufmerksamkeit des Publikums auf das fokussierte Element konzentriert werden.

Strategien

Die kriegführenden Parteien bedienten sich bei der Vermittlung des Ersten Weltkriegs der Massenmedien in einem bis dahin ungeahnten Ausmaß. D.h. die Propaganda wurde nicht über ein einziges Leitmedium transportiert, vielmehr kam es zu einer intensiven Nutzung des bestehenden bzw. eines noch zu installierenden Medienverbundes. Auch das österreichische Kriegspressequartier, das umfangreiche Aufgaben in einem großen geografischen Gebiet zu bewältigen hatte, arbeitete mit den bereits bestehenden Verflechtungen der unterschiedlichen Medien und etablierte somit eine frühe Form intermedieller, informationsbezogener Kriegsführung. Die Geschichte der österreichischen filmischen Kriegsberichterstattung im Ersten Weltkrieg lässt sich aufgrund der bisher vorliegenden Forschungsergebnisse in zwei größere Abschnitte unterteilen: eine Phase bis etwa 1916, in der vor allem die Präsentation von Technik von Bedeutung war, und der Zeitraum der letzten Kriegsjahre, in dem sich eine stärkere Einbindung narrativer

Elemente in der filmischen Propaganda bemerkbar macht. Gemeinsam ist den Abschnitten die erwähnte komplexe Verflechtung mit anderen Medienformen. Vor dem Ersten Weltkrieg erreichten die österreichischen Filmfirmen ihr Publikum oft auch mit dokumentarischen Streifen. Schon in diesen frühen Produktionen loteten die kreativen Köpfe der Firmen die technischen Möglichkeiten mit großer Experimentierfreudigkeit aus. Die Wochenschauen der ersten Kriegsjahre waren nach den Richtlinien und Ansätzen der zivilen dokumentarischen Berichterstattung konzipiert. Folglich findet sich in den Produktionen dieses Zeitraums die eindringliche Darstellung der Kriegsmaschinerie, die als Folge eines ebenso notwendigen wie positiven Fortschritts vermittelt werden sollte. Das detaillierte Zeigen von Abläufen und Gegenständen erfüllte einen zweifachen Zweck: die Begeisterung mit dem gezeigten Ablauf und die Faszination durch den Gegenstand selbst.

Ab der zweiten Hälfte des Ersten Weltkriegs tritt die Reflexion der Technik zugunsten einer narrativen Gestaltung der Kriegswochenschaubeiträge zurück. Gründe dafür waren u.a. die Kriegserfahrung heimgekehrter Soldaten und die Erkenntnis, dass die Technik offensichtlich nicht den erhofften, schnellen Sieg gebracht hatte. Um das ohnehin nun schon von den Kriegswochenschauen gelangweilte Publikum nicht mit einem Vorfürhrzwang endgültig zu verärgern, entschlossen sich die zuständigen Stellen zu einer strukturellen Umgestaltung der Beiträge. Diese erzählerische Wende in der Berichterstattung war bis zum Kriegsende wesentlich für die Gestaltung der Filmbeiträge. Eine vergleichbare Konzeption in der Präsentation und Vermittlung militärischer Konflikte kommt ja immer noch überaus erfolgreich zur Anwendung. Sei es im Spielfilm „Black Hawk Down“ (2001), dem wohl deutlichsten Beweis eines auf Kriegskurs eingeschworenen Hollywood, in den angeblich den Frontalltag behandelten (und inzwischen schon wieder eingestellten) Soap Operas „AFP: American Fighter Pilot“ (2002) und „Profiles from the Frontline“ (2003) oder den ‚live‘ übertragenen Nachrichten der so genannten ‚embedded journalists‘ – die Erzählung einer Geschichte im Dienste politischer Propaganda hat Konjunktur.

Nachbeben

Aus einer rückwärtsgewandten Perspektive kann die Kriegsberichterstattung und -propaganda des Ersten Weltkrieges somit auch als technischer Probelauf und Testfall für das heutige Erfahren einer militärisch überformten, erlebnisorientierten Massenkultur gelten – und dies eben nicht nur für den Filmbereich, sondern für ein umfangreiches Medienbündel, das als eine Art von *Informational Warfare*[15] wirksam wurde. Eine alle Bereiche umfassende Kriegspropaganda sollte auch durch die militärisch geprägte Überformung der Unterhaltungskultur gewährleistet werden. Ein weiteres Schlagwort drängt sich hier auf: der in letzter Zeit, zu Recht, so häufig diskutierte *Military Entertainment Complex*[16], der die vollendete Militarisierung aller Unterhaltungsbereiche zum Ziel hatte und immer noch hat. So wurden z.B. im Wiener Prater während der Kriegsausstellungen nicht nur Bilder, Filme und quasi-anthropologische Gipsbüsten, die stereotype Feinde darstellen sollten, ausgestellt; vielmehr gab es auch die Gelegenheit, sein Glück bei Schießbuden zu versuchen, wo man auf Attrappen und Projektionen feindlicher Soldaten schießen oder primitive Flugsimulatoren austesten konnte. Begonnen hatte man mit dieser frühen Form der Simulationen schon in Friedenszeiten, wie etwa der Berliner „Kino-Schießbude“, eine Volksbelustigung, bei der zahlende Besucher auf Tiere schießen konnten, die über eine Leinwand liefen. Die Ähnlichkeiten zu militärisch geprägten Unterhaltungsmöglichkeiten unserer Zeit – wie dem von der US-Army mitentwickelten Ego-Shooter „American Army: Operations“ – sind wohl kaum zu übersehen. Dass Produkte solcher Art unter anderem auch in einschlägigen Comicheften massiv beworben werden, lässt auf die Strategie der Werber schließen: Wer genug vom digitalen Pixelstaub hat, kann sich mit seinem Höchstpunktestand umgehend beim nächsten Rekrutierungsbüro melden und eine gänzliche neue Karriere anstreben.

Die Schaffung eines kritischen öffentlichen Bewusstseins, einer ‚fünften Gewalt‘ wenn man so möchte, kann nur dann erfolgreich umgesetzt werden, wenn damit auch eine umfassende Beschäftigung und Auseinandersetzung mit den unseren Alltag wesentlich bestimmenden

Medien einhergehen. Die zunehmend enger werdende und deutlicher spürbare Verbindung von Massenkultur, Kommunikation und Information im Rahmen einer neoliberalen Globalisierung macht die Genese eines kritischen Medienbewusstseins unumgänglich. Erst mit dem Erkennen der Mechanismen, der historischen Wurzeln und strukturellen Beschaffenheit des uns umgebenden Medien-Multiversums – Medienlandschaft mutet angesichts der heutigen Gegebenheiten begrifflich ein wenig eindimensional an – ist die Möglichkeit gegeben, in die laufenden Entwicklungen kritisch und konstruktiv einzugreifen, diese Entwicklungen wesentlich zu beeinflussen – also vielleicht sogar ein Leben unter freundlicheren Sternen als dem erwähnten „Death Star“ zu garantieren.[17]

[1] Dietmar Kammerer: Play To Kill. Military Entertainment Complex. In: spex – Das Magazin für Popkultur Nr. 262 (2003), S. 76f, hier S. 77

[2] Für die neueren Entwicklungen in diesem Bereich vergleiche: P.W. Singer: Corporate Warriors. The Rise of the Privatized Military Industry. Ithaca: Cornell University Press 2003

[3] Zum laufenden Forschungsprojekt zu dieser Thematik, das zur Zeit am Filmarchiv Austria durchgeführt wird, vergleiche: Thomas Ballhausen u. Günter Krenn: Kriegs-Bilder und Bilder-Kriege. Die kinematographische Kriegsberichterstattung Österreich-Ungarns während des Ersten Weltkriegs. In: KINtop. Jahrbuch zur Erforschung des frühen Films 12. Herausgegeben von Frank Kessler, Sabine Lenk u. Martin Loiperdinger. Frankfurt am Main: Stroemfeld/Roter Stern 2003, S. 142 – 149; Thomas Ballhausen u. Günter Krenn: (Re)Telling War. Austrian Newsreels of the First World War Between Presentation and Representation. In: Journal of Film Preservation 66 (10) 2003, S. 7 – 9

[4] Vergleiche hierzu: Krieg der Bilder. Druckgraphik als Medium politischer Auseinandersetzung im Europa des Absolutismus. Herausgegeben von Wolfgang Cilleßen. Berlin: Deutsches Historisches Museum 1997

[5] Vergleiche hierzu: Peter Johnson: Front Line Artists. London: Cassell 1978

[6] Als Beispiel hierfür können die einschlägigen Arbeiten des Journalisten William Howard Russell (1821 – 1907) gelten. Eine repräsentative Auswahl aus seinem umfangreichen Werk liegt auch in deutscher Sprache vor: William Howard Russell: Meine sieben Kriege. Die ersten Reportagen von den Schlachtfeldern des 19. Jahrhunderts. Frankfurt am Main: Eichborn Verlag 2000 (Die andere Bibliothek 186)

[7] Susan Sontag: Die Leiden anderer betrachten. München: Carl Hanser Verlag 2003, S. 59

[8] Bernd Hüppauf: Kriegsfotografie. In: Der Erste Weltkrieg. Wirkung – Wahrnehmung – Analyse. Im Auftrag des Militärgeschichtlichen Forschungsamtes herausgegeben von Wolfgang Michalka. München: Piper Verlag 1994 (SP 1927), S. 875 – 909, hier S. 875

[9] Anne Friedberg: Window Shopping. Cinema and the Postmodern. Berkeley: University of California Press 1993, S. 29

[10] Gustav Deutsch: The medium is the weapon. In: Medien & Zeit. Kommunikation in Vergangenheit und Gegenwart 5 (7. Jg.) 2002, S. 58 – 63, hier S. 60

[11] Guy Debord, zitiert nach: Friedberg: Window Shopping, S. 15

[12] Georg Seeßlen u. Markus Metz: Krieg der Bilder – Bilder des Krieges. Abhandlung über die Katastrophe und die mediale Wirklichkeit. Berlin: Edition TIAMAT 2002 (Critica Diabolis 106), S. 29

[13] ebd.

[14] Für die Analyse eines einschlägigen historischen Beispiels vergleiche: Thomas Ballhausen: Der ‚Freak‘ zwischen Präsentation und Repräsentation. Aspekte historischer und zeitgenössischer Medialisierungen körperlicher Abnormitäten. In: Medienimpulse. Beiträge zur Medienpädagogik 43 (11. Jg.) 2003, S. 8 – 14

[15] Für einen Überblick zu diesem Bereich vergleiche:
Information.Macht.Krieg. Herausgegeben von Gerfried Stocker u.
Christine Schöpf für die ARS ELECTRONICA 1998. Wien: Springer 1998

[16] Ein Begriff, den der Schriftsteller Bruce Sterling geprägt hat.
Vergleiche hierzu: Bruce Sterling: Zeitgeist. A Novel of Metamorphosis.
New York: Bantam Books 2000; für einen Überblick zu diesem Bereich
vergleiche: James Der Derian: Virtuous War. Mapping the Military-
Industrial-Media-Entertainment Network. Boulder: Westview 2001

[17] Für die aktuelle Forschung vergleiche u.a.: Roger Stahl: Militainment,
Inc. War, Media, and Popular Culture. New York: Routledge 2010