



10 Jahre danach: Der Irak-Krieg 2003 und das (Medien-) Schlachtfeld II Der Medien-Golfkrieg im Spannungsfeld zwischen PR und Propaganda

Karl H. Stingeder

Hinsichtlich der Informationsstrategie der US-Administration von George W. Bush und des US--Militärs im Zuge des Irak-Krieges 2003, lässt sich eine gut geplante und organisierte PR feststellen. Die eingebetteten Journalisten waren dabei ein wichtiges Mittel zum Zweck. Sie sorgten für eine Bilderhoheit im Krieg. Auch waren sie als Quelle für „unverfängliche Berichte“ geplant. – Eine vordergründig „neutrale Berichterstattung“, die von negativen Aspekten des Krieges ablenken sollte. Dabei war die Medienlandschaft der USA nach dem 11. September 2001 durch weitgehende Konformität geprägt. Kritik am Präsidenten oder an der Regierung wurde häufig als unpatriotisch gewertet. Somit wurde ein idealer Nährboden für Propaganda geschaffen.

Der Irak-Krieg 2003 stellt einen politisch gewollten und inszenierten Krieg dar. Im Zuge der Anschuldigungen gegen Saddam Hussein sowie infolge der medialen Inszenierung des Kriegs kristallisierte sich heraus, dass Politik und Militär den Sprung ins moderne Informationszeitalter geschafft haben. Beim modernen Informationskrieg findet der Krieg auf einer weiteren, virtuellen Ebene statt. Information, Nichtinformation und Desinformation sind die effizienten Waffen dieses Krieges. Dabei wird die Desinformation der Öffentlichkeit bewusst in Kauf genommen und JournalistInnen werden als Vermittler politischer Propaganda instrumentalisiert.

1. Der virtuelle Informationskrieg

Die Realisierung des Konzepts der „eingebetteten JournalistInnen“ im Irak-Krieg 2003 ist der Ausdruck einer vertrauensbildenden Maßnahme seitens der Politik. Man wollte sich damit einerseits dem Vorwurf entziehen, die Medien gezielt einzusetzen oder auszugrenzen, andererseits ist eine gezielte Medien-Instrumentalisierung erst durch die „Embeds“ ermöglicht worden. Sie sind ein wesentlicher Bestandteil des neuen, virtuellen Informationskrieges. Diese in militärischen Einheiten eingesetzten FrontReporterInnen sind zwar keine Erfindung des Irak-Krieges 2003, allerdings sind die „Embeds“ hinsichtlich ihrer medienpolitischen Gewichtung im Zuge des Konflikts einzigartig und neu.

Wenn es eine Gewissheit gibt in diesem Konflikt, dann die: Es ist der erste Live-Krieg der Geschichte. Noch nie waren Hundert Millionen Menschen weltweit als Zuschauer live dabei, wenn Armeen gegeneinander ziehen. Real Time und 24 Stunden am Tag. Auf Panzern installierte Kameras, 'tank cams' genannt, wurden zum Sinnbild dieser (Medien-)Schlacht: schnell, direkt, authentisch – so wollen, oder wollten, die alliierten Militärstrategen den 'War in Iraq' fürs Fernsehen inszenieren. (Fleischhauer u. a. 2003: 198, zit. von Kneidinger 2004: 17)

Live-Berichterstattung bedeutet jedoch keinen Persilschein für objektive und propagandafreie Kriegsberichterstattung (vgl. Kneidinger 2004: 17). Und gerade die „Embeds“ als „Militär-JournalistInnen“ sind geradezu prädestiniert als Symbol für bzw. warnender Hinweis auf die Militarisierung der Medien.

2. Die Militarisierung der Medien

Die Geschichte beweist, dass die Medien tatsächlich militarisiert sind. Während nach außen hin häufig die Fassade der objektiven Berichterstattung bewahrt wird, haben die Medien vielfach die kritische Distanz zu den Konflikten verloren und übernehmen eine patriotisch-nationale Sichtweise. Scheinbar sehen es manche JournalistInnen als ihre Pflicht, die Ziele der heimischen Politik mit einer dementsprechenden Berichterstattung zu unterstützen. Kontroll- und Instrumentalisierungsinitiativen fallen hierbei auf fruchtbaren Boden, da „patriotische“ JournalistInnen tendenziell bereit sind, eine ausgewogene und sachliche Argumentation zugunsten von Propagandainformationen sowie konstruierten Feindbildern des Kriegsgegners aufzugeben.

Die Berichterstattung über den Golfkonflikt 2002 bis 2003 in den amerikanischen Medien belegt dies auf drastische Art und Weise: In der allgemeinen euphorischen Stimmung der Pro-Kriegsberichterstattung wurden – durchaus vorhandene – kritische Stimmen von anderen US-AmerikanerInnen einfach nicht wahrgenommen. Der Großteil der amerikanischen Medienlandschaft, respektive die öffentliche Meinung, war erfolgreich in die Richtung einer Pro-Irakkriegs-Haltung gesteuert worden (vgl. Kilian 2003: 114f). Der Medienanalytiker Andrew Tyndall berichtete zum Beispiel, dass allein in den letzten Monaten vor Kriegsausbruch „von 414 TV-Beiträgen zum Irak [...] 380 aus Abteilungen der US-Regierung und nur 34 aus dem Rest Amerikas“ (Ringler 2003: 97) kamen (vgl. Kneidinger 2004: 18–19).

Interessant ist in diesem Zusammenhang die Beobachtung, dass westliche Medien ihre Aufgabe in Kriegsfällen darin sehen, die Position

des eigenen Landes zu stärken und gleichzeitig ein übersteigertes Feindbild zu vermitteln. Dies sei auch ein Zeichen dafür, dass „die Nachrichtensendungen gerade auch in Krisen- und Kriegszeiten das Bewusstsein und die Einstellung der Elite reproduzieren“ (Ruhrmann 1991: 23 sowie Ohde 1994: 104, zit. nach Kneidinger 2004: 27–28).

So wurden die von der Bush-Administration II argumentierten Begründungen für den Kriegseinsatz von der Mehrheit der amerikanischen Fernsehsender und Radiostationen übernommen, was *de facto* mit einer indirekten Unterstützung der militärischen Kampagne gleichzusetzen ist. Kritische Stimmen waren selten und wurden mit dem Stigma des „Unpatriotischen“ besetzt (vgl. Kneidinger 2004: 28). In diesem Zusammenhang sei noch einmal an den symbolträchtigen Sturz der Saddam-Statue erinnert. In den westlichen Medien war die inszenierte Befreiung zu sehen: Iraker, die den amerikanischen Truppen begeistert zujubeln. In den arabischen Medien war nicht von „Befreiung“, sondern von „Besatzung“ die Rede. Beträchtliche Unterschiede ließen sich auch hinsichtlich der Bilderauswahl beobachten. Tagelang zeigte der arabische Sender Al-Dschasira an Stelle der jubelnden Iraker Bilder von verletzten Kindern, verstümmelten Leichen und zerstörten Gebäuden. Die interviewten Personen zeigten sich auch keineswegs dankbar über die Aktionen der Amerikaner, sondern bezeichneten Bush und seine Truppen als Verbrecher (vgl. Hoyng u. a. 2003: 16f, zit. nach Kneidinger 2004: 33–34).

Dies veranschaulicht einmal mehr, welche enorme Bedeutung die Nachrichtenselektion sowie die Auswahl der Bilder besitzt. Hier besteht ein immenses Manipulationspotenzial. Die Medien müssen aber nicht nur hinsichtlich der Auswahl von Berichten und Bildern sowie bei militärisch vermittelten Informationen große Sensibilität walten lassen; Medien können sich durch die Form der Kriegsberichterstattung zu „Kriegstreibern“ entwickeln. Wiederholte Berichte über Bedrohungen, die vom Kriegsgegner ausgehen, sowie dramatisch inszenierte Berichte, die jene Szenarien zu bestätigen scheinen, bilden eine gute Basis für politische Propaganda, die eine Zustimmung der Bevölkerung zu

Kampfhandlungen steigern soll (vgl. Ruhrmann 1993: 89, zit. nach Kneidinger 2004: 51–52).

Die Militarisierung der Medien ist kein hypothetisches Gefahrenpotenzial vor dem eindringlich gewarnt werden soll, sondern es handelt sich dabei um die gefährliche Realität. Zweifelsfrei konnte der Waffengang gegen den Irak 2003 aufgrund einer meinungsbildenden, manipulativen Informations- bzw. Desinformationspolitik der Bush-Administration II im Vorfeld der eigentlichen Kampfhandlungen erfolgen. Kritik wurde in den USA als „unpatriotisch“ bezeichnet und misstrauisch observiert.

George W. Bushs simplifizierende, jedoch pointierte Feinbildrhetorik wurde somit indirekt in den US-Medien unterstützt. Auch in den Medien wurde die Welt in Gut und Böse aufgeteilt, gemäß dem Motto: „Either you are with us, or you are with the Terrorists“ (Bush 20.09.2001, zit. von Kutz 2006: 118).

3. Medienkontrolle durch „JournalistInnen Pools“ und „Embedded Journalists“

Schon im Golfkrieg 1991 kam es zur Perfektionierung einer sehr effektiven Form der Kontrolle der JournalistInnen in Kriegsgebieten: In den so genannten „National Media Pools“ fand eine Selektion ausgewählter JournalistInnen nach Ländern statt, die als „vertraulich“ eingestuft wurden. Zu diesen Nationalitäten zählten neben den USA: Briten, Franzosen und Saudis. Andere ReporterInnen wurden von der Berichterstattung vor Ort ausgeschlossen; sie waren gezwungen sich auf die zensierten Bilder und Berichte der ausgewählten und den USA genehmen KollegInnen zu verlassen.

Dieses „pool“-System sowie die Tatsache, dass die JournalistInnen vor Ort von militärischen Kommunikationsanlagen und Transportmitteln abhängig waren, legten einer eigenständigen und nicht zensierten Berichterstattung fast unüberwindbare Hindernisse in den Weg. John MacArthur bezeichnet diese Kombination von „pool“-JournalistInnen und

Kontrolle der Transportmittel als „das Informationsmanagement der Militärs“ (vgl. Foggensteiner 1993: 77, zit. nach Kneidinger 2004: 42).

Diese Abhängigkeit und die Tatsache, dass mit den „JournalistInnen-Pools“ unter der Leitung amerikanischer Presseoffiziere die Arbeit der Berichtersteller wesentlich erschwert wurde^[1] (vgl. Schrader 2002: 51, zit. nach Mangold/Ultzsch 2004: 40), führte zu massiver Kritik sowohl an der US-Administration, als auch am Medium selbst. So wurde in diesem Zusammenhang u. a. die „Impotenz und Überflüssigkeit des Journalismus“ beklagt (Weischenberg 1995: 164, zit. nach ebd.).

Die Realisierung des Konzepts der „Embedded Journalists“ kann als strategische Weiterentwicklung der militärischen Medienkontrolle, respektive als Reaktion auf das mediale PR-Fiasko im Zuge des Golfkrieges 1991 gedeutet werden. 600 ausgewählte ReporterInnen durften am Programm teilnehmen und wurden als „Embeds“ in amerikanische und britische Einheiten „integriert“. Der „Einbettung“ ging ein einwöchiger Trainingskurs in einem amerikanischen Boot Camp voraus. Ziel dieser Basisausbildung war einerseits die Überprüfung der körperlichen Fitness, um eine Belastung der Truppen durch die JournalistInnen aufgrund mangelnder physischer Konstitution auszuschließen (vgl. Kneidinger 2004: 42–43), andererseits ist bereits ein erster Ansatz von politischer Propaganda, im Sinne einer dahingehenden Bewusstseinsbildung zu erkennen, da im Zuge der Ausbildung demonstrativ ABC-Übungen durchgeführt wurden. Die angenommene und propagierte Gefahr von Massenvernichtungswaffen im Irak erhielt somit für die „Embeds“ eine überaus reale Dimension.

Für das US-Militär, respektive auch für die Politik stellt das im Irakkrieg 2003 verwirklichte Programm des „Embedded Journalism“ einen vollen Erfolg dar. Die „eingebetteten“ JournalistInnen waren wiederholt eine willkommene Entschuldigung für andere Zensurmaßnahmen (vgl. Kneidinger 2004: 43); zudem konnte man die Medien durch die „Embeds“ und die resultierende bewusste „Informationsflutung“ gezielt instrumentalisieren: Bilder und Berichte vom Kriegs-Alltag bzw. von Kampfhandlungen von eigenen Einheiten eroberten den westlichen Raum

der medialen Berichterstattung. Reportagen arabischer Fernsehsender waren außerhalb der „arabischen Welt“ auf Grund der Dominanz der Berichte, die von den „Embeds“ kamen, von der Bildfläche verschwunden.

Mit dem „Embedded Journalism“ wurden auch zwei wesentliche Faktoren der Medienwirksamkeit seitens des Militärs genutzt: Glaubwürdigkeit und Abschreckung. Einerseits erhöhen bekannte TV-Gesichter, die als „Embeds“ berichten, die Glaubwürdigkeit der Berichterstattung. Dies führte zur signifikant gestiegenen Tendenz der RezipientInnen, Schlussfolgerungen zu akzeptieren und nicht als Propaganda abzutun (vgl. The Pew Research Center 2003, zit. nach Mangold/Ultzsch 2004: 97). Andererseits kam es durch jene Bilder, die von den „eingebetteten“ JournalistInnen geliefert wurden, zu einem Abschreckungseffekt, da für die RezipientInnen im Zuge der Berichterstattung häufig ersichtlich war, dass es sich um zivile ReporterInnen handelte, die die Einheit begleiteten. Somit entstand der Eindruck der Unverwundbarkeit des amerikanischen Militärs. Außerdem erhalten die RezipientInnen einen „hautnahen“ Eindruck von der Waffentechnik und der Effektivität des militärischen Vorgehens: 37 Prozent aller von „Embeds“ gesendeten Bilder zeigen Waffen und Geschosse. Analysen ergaben, dass der Abschreckungszweck der Berichterstattung erfüllt wurde (vgl. ebd.).

Die Mutter des Konzepts, Pentagon-Sprecherin Torie Clarke, äußerte sich hingegen zu dem von ihr maßgeblich betriebenen Programm in einer doch eher (gespielten?) naiven Art und Weise: Sie hätte den AmerikanerInnen die Möglichkeit geben wollen, zu sehen, „wie unglaublich toll diese jungen Männer und Frauen [die kämpfenden Soldaten]“ seien (Supp 2003: 88).

Hauptkritikpunkt hinsichtlich der „Embeds“ war der enge, freundschaftliche Kontakt, den die Medienvertreter oft mit den Soldaten pflegten. Die JournalistInnen schliefen mit ihren KollegInnen im gleichen Zelt, teilten auch sonst alle Lebensbedingungen im Kriegsalltag, und so ist es nur allzu verständlich, dass der tägliche Kampf ums Überleben zusammenschweißte und tendenziell auch auf die Berichterstattung Einfluss nahm.

Die Meinungen über die Vor- und Nachteile dieser neuen Art der Kriegsberichterstattung waren jedoch seitens der Medien keineswegs kohärent. Vorsichtig positiv äußern sich beispielsweise der RTL-Informationen-Direktor Hans Mahr und sein Kollege Claus Larass, weil die „eingebetteten JournalistInnen“ neue Einblicke in Kämpfe ermöglicht hätten (vgl. Hornig 2003: 162).

Eine doch eher kritische Bilanz zur Qualität der Kriegsberichterstattung des Irakkrieges hinsichtlich der Rolle der „Embeds“ wurde bei einem Medientreffen in Berlin gezogen, wo Medienvertreter über Voyeurismus und Wahrheitsfindung im Krieg debattierten. Hierbei wurde vor allem die fehlende Möglichkeit der Sicht des Ganzen bemängelt. Die RezipientInnen hätten zwar einige interessante und durchaus detaillierte Einblicke in das Leben einer Kampfeinheit erhalten, jedoch wurden keine relevanten Informationen zum Kriegsverlauf vermittelt. Das kann darauf zurückgeführt werden, dass den „Embeds“ die Möglichkeit zu weiterführender Recherche fehlte (vgl. Supp 2003: 88). Die Einbettung bedeutete auch eine mobile Einschränkung, da die JournalistInnen an ihre Einheit gebunden waren (vgl. Kneidinger 2004: 43).

Bei der Analyse der „Embedded Journalism“-Idee ist eine differenzierte Betrachtungsweise von großem Vorteil. Man sollte dabei zwischen dem Konzept als nützliches Medieninstrument mit dem Ziel einer neuartigen Berichterstattung und der Nutzung als militärisches Propagandainstrument mit dem Ziel einer Instrumentalisierung im Sinne einer Medien-Militarisierung unterscheiden. Die Grenzen sind dabei „leider“ fließend, d. h. es liegt wohl einmal mehr in der Urteilsfähigkeit der einzelnen „eingebetteten“ JournalistInnen sowie bei den übergeordneten Organisationseinheiten (z. B. Redaktionen) die Bedeutung und den möglichen politischen Missbrauch zu erkennen. Am gefährlichsten ist die Situation dann, wenn „Embeds“, geblendet durch Kriegs-PR und politische Propaganda, der Ansicht sind, die miterlebten Kriegserlebnisse seien „der Krieg“ und könnten durch die Reportage des persönlich Durchgemachten als „objektive“ Sicht des Ganzen verstanden und vermittelt werden. Problematisch ist in diesem Zusammenhang auch eine

Überwertung der Berichte von „eingebetteten“ JournalistInnen seitens Nachrichtenagenturen und Redaktionen. Das was man machen kann, ist wirklich nur ein kleiner Ausschnitt, den man nicht überbewerten darf. Wenn von drei Personen eine „embedded“ ist, besteht daher die Gefahr, dass die Geschichten, die subjektiv erlebt wurden, ein Übergewicht erhalten, das sie eigentlich nicht haben (Peter Münch, Süddeutsche Zeitung, interviewt von Mangold/Ultzsch, ebd.: 98–99).

Wenn jedoch die „eingebettete“ Reportage als kleiner Teil des Krieges wahrgenommen wird und zudem eine Bewusstseinsbildung hinsichtlich einer möglichen Gefährdung der Kriterien der objektiven Berichterstattung durch die Nähe zu der Einheit stattgefunden hat, dann kann einem politisierten Missbrauch, zumindest im Ansatz, etwas entgegengesetzt werden. Instrumentalisierung im Sinne von Manipulation ist generell dann sehr erfolgreich, wenn sich Mediatoren und RezipientInnen dieser nicht bewusst sind.

4. Der Informationskrieg als effiziente Waffe

Die Medien haben eine zentrale Rolle im Irak-Krieg 2003 gespielt, und werden auch bei zukünftigen Kriegen weiter an Bedeutung gewinnen. Medien werden von Politik und Militär dazu benutzt die öffentliche Wahrnehmung zu manipulieren und damit für eigene Planungen zu nutzen. Während eines Konflikts können somit Erwartungen geweckt werden sowie Szenarien und Täuschungen verbreitet werden, um den Kriegsgegner über die Medien in die Irre zu führen. Die amerikanischen Streitkräfte sowie die US-Administration haben somit endgültig den Sprung ins neue Informationszeitalter geschafft. Information, Desinformation und Nicht-Information sind als neue, effektive Waffengattungen anerkannt und geben der modernen Kriegsführung eine neue Dimension: die des Informationskriegs, der virtuellen Kriegsführung.

PR-Strategen erfüllen nun Funktionen, die große strategische Bedeutung hinsichtlich einer politischen und militärischen Nutzung von

Informationen haben. Spezial-Abteilungen im Pentagon und in den Geheimdiensten sind die Kombattanten im Informationskrieg. Es sind diese spezialisierten Meister der Öffentlichkeitsarbeit, die die öffentliche Meinung für eine militärische Auseinandersetzung gewinnen und den Gegnern nach den Regeln der psychologischen Kriegsführung Angst vor der eigenen Übermacht einflößen. Droh- und Angriffsszenarien wie „Schock und Einschüchterung“ sind ein probates Mittel, um die Weltöffentlichkeit bewusst zu täuschen und den Gegner, auf der Ebene des virtuellen Informationskrieges, in die Irre zu führen. Symbolische Glorifizierungen einzelner, militärisch oft unbedeutender Schläge (z. B. das Bombardement von Dora Farms) werden im Sinne einer langfristigen Strategie bewusst unternommen.

Bemerkenswert ist in diesem Zusammenhang, dass Politik und Militär die fehlende Transparenz der Berichterstattung gezielt für Täuschungsmanöver nutzen. Beispielsweise ist es für RezipientInnen unmöglich vom Militär gezielt gestreute Informationen bis zur eigentlichen Ursprungsquelle zurückzuverfolgen. Die Intention der PropagandistInnen bleibt somit im Dunkeln. Information bedeutet im Informationskrieg auch Desinformation. Pressekonferenzen militärischer Entscheidungsträger zielen darauf ab, den Gegner durch mediale Vermittlung von überholten Kriegstaktiken in die Irre zu führen. Im Zuge des Irak-Krieges haben Generäle auf Briefings für JournalistInnen eine Besetzung des gesamten irakischen Hinterlandes in Erwägung gezogen um Bagdad von der Außenwelt abzuschneiden und Saddam Hussein langfristig zur Kapitulation zu zwingen. Wenige Stunden später erfolgte der militärische Vorstoß in die Hauptstadt. JournalistInnen werden so als Mittel genutzt, den Kriegsgegner in die Irre zu führen. Information wird zum Bestandteil der Kriegsführung.

Der US-Generalstab gibt diesem Informationskrieg sogar die Bedeutung einer eigenen Front: „Wir wollen eine Kombination aus zwei Dingen“, zieht der Oberkommandierende der USA, General Tommy Franks, im Juni 2003 Bilanz: „Einerseits sollte die Öffentlichkeit von unseren Plänen möglichst

wenig erfahren, und andererseits sollte das irakische Regime getäuscht werden, damit es genauso reagieren würde, wie wir es wollen.“

Bewusste Desinformation der Öffentlichkeit wird von Politik und Militär als Kollateralschaden bewusst in Kauf genommen, da nur so der Kriegsgegner mit Sicherheit und gezielt getäuscht werden kann. Die Rolle der JournalistInnen wird für die Militärs immer wichtiger. Sie sollen als Mittelsmänner dazu beitragen, den Gegner in die Irre zu führen.[2]

4. Ausblick: Teil 3

Informationsstrategien der US-Administration

- Informationsmanagement
- Beauftragung von PR-Firmen
- „Eingebettete JournalistInnen“

Anmerkungen

[1] So wurden Restriktionen auferlegt, welche es untersagten bestimmte Informationen zu vermitteln. (Mangold/Ultzsch 2004: 40)

[2] Ausführungen des Kapitels „Der Informationskrieg als effiziente Waffe“ liegen dem Kapitel „Der Informationskrieg“ (131–134) zu Grunde: (vgl. Tilgner 2003: 131–134)

Literatur

Classen, Elvira (1999): Konstruktion von Medienrealität im Kosovo-Krieg, in: antimilitarismus-information 7/99, 124–138.

Clausewitz, Carl von (1980): Vom Kriege – Hinterlassenes Werk, 19. Auflage, Bonn: Ferdinand Dümmlers Verlag. (1. Aufl. unbek.).

Domeniconi, Marco (2000): Zwischen Markt und öffentlicher Meinung. Der Krieg der Medien, in: Friedrich-Ebert-Stiftung (Hg.): Medien im Konflikt – Mittäter oder Mediatoren, Bonn: Internationale Konferenz, 45–50.

Foggensteiner, Alexander (1993): ReporterInnen im Krieg. Was sie denken, was sie fühlen, wie sie arbeiten, Wien: Picus.

Goetsch, Paul (1993): Die Rhetorik amerikanischer Präsidenten seit F. D. Roosevelt, Goetsch, Paul/Hurm, Gerd (Hg.): Tübingen: Gunter Narr Verlag.

Fleischhauer, Jan et al. (2003): ReporterInnen in Kampfmontur, in: Spiegel 14/03, 198–200.

Fremdwörterbuch, Der kleine Duden (1983): Artikel Propaganda, 2. Auflage, Mannheim/Wien/Zürich: Bibliographisches Institut.

Hartwig, Stefan (1999): Konflikt und Kommunikation. Berichterstattung, Medienarbeit und Propaganda in internationalen Konflikten vom Krimkrieg bis zum Kosovo, Münster/Hamburg/London: LIT-Verlag.

Hundhausen, Carl (1975): Propaganda. Grundlagen, Prinzipien, Materialien, Quellen, Essen: Giradet.

Kneidinger, Bernadette (2004): Propaganda, Stereotype und Feindbilder in der Krisen- und Kriegsberichterstattung. Ein inhaltsanalytischer Vergleich der Berichterstattung über den Golfkrieg 2003 in den Nachrichtenmagazinen "Spiegel" und "Profil", Wien: Diplomarbeit, Universität Wien.

Knightley, Phillip (1975): The first casualty. From the Crimea to Vietnam. The war correspondent as hero, propagandist and myth maker, New York: Harccurt Brace Jovanovich.

Kunczik, Michael (1992): War and censorship – inseperable? Bonn: Friedrich-Ebert-Stiftung.

Kutz, Magnus-Sebastian (2006): Public Relations oder Propaganda? Die Öffentlichkeitsarbeit der US-Administration zum Krieg gegen den Irak 2003, hrsg. von Hans J. Kleinsteuber, Berlin: LIT-Verlag (Medien & Politik, Band 30).

Mangold, Christoph/Lars, Ultzsch (2004): Kontrollierte Berichterstattung? Der Irak-Krieg 2003 aus der Sicht beteiligter JournalistInnen, München: kopaed.

Merten, Klaus (2000): Das Handwörterbuch der PR, Frankfurt/M.: FAZ-Institut.

Richter, Simone (1999): JournalistInnen zwischen den Fronten. Kriegsberichterstattung am Beispiel Jugoslawiens, Wiesbaden/Opladen: Westdeutscher Verlag.

Röhl, Henning (1992): Die Macht der Nachrichten. Hinter den Kulissen der Tagesschau, Berlin, Frankfurt/M.: Ullstein.

Schwik, Heimo (1991): Was man uns verschwieg. Der Golfkrieg und die Zensur, Frankfurt/M.: Ullstein.

Sponeck von, Hans/Zumach, Andreas (2003): Irak. Chronik eines gewollten Krieges, Köln: Kiepenheuer & Witsch.

Stein, M. L. (1968): Underfire. The story of American war correspondents, New York: J. Messner.

Tilgner, Ulrich (2004) Der inszenierte Krieg. Täuschung und Wahrheit beim Sturz Saddam Husseins, 9. Auflage, Berlin: Rowohlt (2003).

Weischenberg, Siegfried (1995): Trends der Informationsgesellschaft. Eine annotierte Bibliographie zur Zukunft der Medienkommunikation, Münster: Agenda-Verlag.

Wilke, Jürgen (1997) (Hg.): Pressepolitik und Propaganda. Historische Studien vom Vormärz bis zum Kalten Krieg, Köln/Weimar/Wien: Böhlau.

Internetquellen

Bush, George W. (2001): Adress to a Joint Session of Congress and the American People, unter: <http://www.americanrhetoric.com/speeches/gwbush911jointsessionspeech.htm> (letzter Zugriff: 03.03.2013).

Chomsky, Noam (2000): Schurkenstaaten – States of concern. Le Monde diplomatique vom 11.08.2000, unter: http://www.nadir.org/nadir/initiativ/kombo/k_soaus/k_m-schurk.htm (letzter Zugriff: 17.03.2013)

Guardian Unlimited (2004): Who coined the phrase 'The first casualty of War is Truth?', unter: <http://www.guardian.co.uk/notesandqueries/query/0,5753,-21510,00.html> (letzter Zugriff: 03.03.2013).

Journalism.org (2003): Embedded Reporters. What are Americans getting?, unter: <http://www.journalism.org/node/211> (letzter Zugriff: 03.03.2013).

Knightley, Phillip (2000): Das erste Opfer ist die Wahrheit. Kriegsberichterstattung unter Beschuss, unter: <http://www.heise.de/tp/r4/artikel/8/8072/1.html> (letzter Zugriff: 03.03.2013).

Patalong, Frank (2003): Der Live-Krieg. Saddam wir kommen, unter: <http://www.spiegel.de/netzwelt/technologie/0,1518,241432,00.html> (letzter Zugriff: 03.03.2013).