KAS 03/2009

Gerhard Paul

(1) Bilder des Krieges - Krieg der Bilder
Die Kommunikation des Krieges

(2) Wir alle tragen Vorstellungen des Krieges mit und in uns, die nicht auf eigenem Erleben beruhen, sondern auf Bildern. Alle diese Bilder haben alle eines gemeinsam: Es sind mediale Produktionen, die sich z.T.tief in die Festplatte unseres Gedächtnisses einbrennen und unsere Einstellungen und Verhaltensweisen gegenüber dem Krieg bestimmen. Die große Prägekraft der Bilder des Krieges und das Interesse der Menschen an ihnen hat die Bilder selbst wiederum zu Waffen werden lassen, wie uns dies Nine Eleven so eindringlich vorgeführt hat. Mit Bildern lassen sich wie 1999 im Kosovo Kriege begründen und Gesellschaften auf Kriege vorbereiten. In Bildern wird der Krieg wie jüngst im Irak für das Massenpublikum inszeniert. Bilder können aber auch, wie dies die USA 1993 in Somalia erleben mussten, Truppen zum Rückzug bewegen. Diese doppelte Fragestellung nach den *Bildern des Krieges* wie nach dem *Krieg der Bilder* durchzieht meinen Vortrag.

(3) Meine erste These lautet: **Unser medial vermitteltes Bild des Krieges ist eine Mischung aus Abstraktionen, Projektionen, Fiktionen sowie bewussten Inszenierungen und Manipulationen, hinter denen das Realgesicht des Krieges verschwindet.** Oder anders formuluiert: **Der Krieg ist das Nichtdarstellbare schlechthin.**

Ich möchte dies erläutern und mit zwei Bildern beginnen, zwischen denen knapp 150 Jahre liegen, jener Zeitraum vom Beginn der fotografischen Visualisierung des Krieges bis hin zu seiner elektronischen Visualisierung in der Gegenwart.

(4) Mit dieser typischen, an der Genremalerei angelehnten Fotografie aus dem Krim-Krieg von 1855 möchte ich beginnen - der erste Krieg, der in nennenswertem Maße in

der Fotografie festgehalten wurde. Sie stammt von dem britischen Fotografen Roger Fenton, der im Auftrag des englischen Königs auf die Krim gereist war, um die durch Presseberichte verunsicherte Öffentlichkeit zu beruhigen. Bei der Verabschiedung soll Prinz Edward - sicher ist das nicht - Fenton mit auf den Weg gegeben haben, er könne alles fotografieren, „but no dead bodies!“ Die Aufnahme, die wir sehen, zeigt einen Offizier und dessen Diener in ihrem Lager. Der Krieg erscheint als ein Berufsfeld wie jedes andere. Nach getaner Arbeit lehnt sich der Offizier zufrieden zurück. Der Krieg wird als Unterbrechung des bürgerlichen Alltags bzw. als gemütlicher Waffengang verharmlost. Mit diesen Bildern begründete Fenton das Image des Krim-Krieges als „picknick-war“. **(5)** Gewalt und Tod schimmern in seinen Aufnahmen allenfalls indirekt durch. Die mehr als 150.000 Toten dieses Krieges rücken nirgends in den Blick.

Es folgt eine Bildsequenz, die Sie alle so oder ähnlich in den vergangenen Kriegen auf ihren Fernsehapparaten gesehen haben. Es ist eine Bildsequenz aus dem Kosovo-Krieg, aufgenommen von einer von einem NATO-Flugzeug abgefeuerten Rakete mit eingebauter Gun-Kamera. **(6)** Wir sehen ein elektronisch aufgezeichnetes Bild mit einem Fadenkreuz in der Mitte und Zahlen an den Rändern, das sich langsam seinem Ziel, einem Gebäude, nähert, zu dem wir allerdings im Bild selbst keine nähere Information erhalten. Das Geschehen ist eingefasst in einen rechteckigen Rahmen. Es ist ein Bild moderner kriegerischer Gewalt im Augenblick ihres Vollzuges - ohne menschliche Akteure und Opfer. Es zeugt von höchster technischer Perfektion. Es ist ein sauberes, ein steriles Bild ohne Blut und ein schweigendes Bild ohne das Schreien der Opfer. Der Tod, an dem wir in diesem Augenblick teilhaben, bleibt in höchstem Maße abstrakt. Er zerfällt in Millionen Pixel. Mitleid mit den Opfern, die wir nicht zu Gesicht bekommen, kann bei diesen Bildern nicht aufkommen. Durch die bewegte Kamera werden wir zugleich quasi körperlich in das Geschehen einbezogen. Wir werden zu Augenzeugen und zu Teilhabern eines Gewaltaktes. Unsere Perspektive auf das Geschehen ist das der Waffen. Die Perspektive der Opfer, über die wir nichts erfahren, bleibt außerhalb des uns angebotenen Rahmens. Wir können uns dieses Bild überall und zu jeder Zeit über die NATO-Homepage auf unseren PC herunterladen. Der Krieg wird auf diese technisch perfekt inszenierte und saubere Weise zum Bestandteil unseres Alltags. In seiner

mediatisierten und abstrakten Form ist ihm auch in dieser Sequenz der Schrecken genommen.

(7) Beide Bilder - in völlig unterschiedlichen historischen Zusammenhängen entstanden - haben zwei Gemeinsamkeiten. Bei beiden handelt es sich um Abstraktionen, in denen das Wesen des Krieges, seine Ursachen, das Grauen, der Tod verschwinden. Bei beiden Bildern handelt es sich zudem wie in den Gemälden der Kriegs- und Schlachtenmalerei der vorangegangenen Jahrhunderte um Projektionen, die uns nicht zeigen wie der Krieg *ist*, sondern wie er idealiter zu sein hat oder besser, wie das Publikum ihn sehen soll: als „picknick war“ bzw. als „präzisen chirurgischen Schnitt“. Was wir hier sehen, sind **(8)** „imagined battles“, so wie auch die Bilder der Kriegs- und Schlachtenmalerei „imagined battles“ waren.

Kriegsbilder indes sind nicht nur um Projektionen, sondern häufig genug Inszenierungen und Manipulationen. Ihr Ziel: die existenzielle Grenzsituation Krieg mit einem manchmal dramatisierenden, manchmal entdramatisierenden Image zu überziehen, je nachdem auf welcher Seite der Front man sich befindet.

(9) Spätestens seit dem Ersten Weltkrieg wird der Krieg für das Publikum inszeniert, indem etwa Übungen als Abbildungen von Kampfhandlungen ausgegeben werden. Den Bildern sieht man dies nicht an. Mit den großen Kriegen des 20. Jahrhunderts wurden Inszenierungen nun zur Regel. Nach Ansicht der *Berliner Illustrierten Zeitung* vermittelten „gestellte“ Fotografien, wie sie genannt wurden, sehr viel eher „ein der Wirklichkeit entsprechendes Bild und erfüllen so die Aufgabe, dem Publikum einen richtigen Eindruck zu vermitteln“. Der Krieg wurde für die Kameras der Fotografen nun regelrecht inszeniert. **(10)** Wegen ihrer großen erinnerungspolitischen Funktion wurden vor allem Siegeshandlungen immer wieder für die Fotografen inszeniert, so auch diese berühmte Aufnahme Joe Rosenthals von der Pazifikinsel Iwo Jima. Erst das komponierte Bild - rechts - hatte das Zeug, zur wichtigsten patriotischen Zeichen der amerikanischen Gesellschaft zu avancieren.

}

Inszenierungen des Krieges finden wir zuhauf auch in den zeitgenössischen Wochenschauen. **(11)** Ein Großteil der „Deutschen Wochenschau“ des Zweiten Weltkrieges besteht aus ihnen; dennoch müssen diese bis heute immer wieder als dokumentarischer Spiegel des Krieges herhalten. Die erste filmische Inszenierung des Krieges gab es übrigens 1899 in den USA, als man eine Seeschlacht in der Badewanne filmte und dem Publikum als Original verkaufte.

Im digitalen Zeitalter sieht man den Bildern in aller Regel ihren Inszenierungs- und Manipulationscharakter nicht mehr an, so auch nicht diesem Bild aus dem Vietnam-Krieg. **(12)** Wir sehen ein amerikanisches Kettenfahrzeug, das einen Toten aus der Kampfzone schleift, von dem die Bildlegende sagt, dass es sich um einen getöteten Vietcong handelt. Der Tote selbst ist kaum zu erkennen. Das scheint am Staub zu liegen, den das Fahrzeug aufwirbelt oder an seinen Auspuffgasen. Tatsächlich handelt es sich um eine digitale Manipulation eines sehr berühmten Vietnam-Kriegsfotos eines im Krieg ums Leben gekommenen Fotoreporters, das ursprünglich **(13)** ganz anders ausgesehen hatte. Im Rahmen der jedem großen Krieg nachfolgenden Deutungskämpfe wurden die Bilder des Krieges oftmals in völlig neue Zusammenhänge gestellt, mit sachfremden Narrativen versehen oder wie dieses Bild digital nachbearbeitet und damit seiner eigentlichen Aussagekraft beraubt.

Fotografie und Film, später das Fernsehen besaßen von Anbeginn an das zählebige Image, ein Medium der abbildgetreuen, der authentischen Transkription von Realität zu sein. Dies machte sie für Propagandisten so interessant. **(14) Tatsächlich jedoch** - so meine zweite These - **waren der fotografische, der filmische und der televisuelle Blick auf den Krieg nie frei und voraussetzungslos, sondern durch technische Strukturen, durch Konventionen der Genres und der Bildsprachen, durch Plots und Programmstrukturen sowie schließlich durch politische Vorgaben vorgeprägt - gleichsam in Rahmen eingezwängt.**

Mindestens vier dieser Rahmen lassen sich bestimmen. **(15)** Es waren zunächst die strukturellen technischen Eigenschaften der modernen visuellen Medien selbst, die den Blick auf den Krieg eingrenzten und verstellten bzw. immer wieder neue Perspektiven

}

auf den Krieg lieferten. Sie verbannten die komplexe und schillernde Realität zunächst in einen stillen zweidimensionalen Rahmen. **(16)** Mit schweren Plattenkameras wie hier im Amerikanischen Bürgerkrieg ließen sich allenfalls die Pausen oder Ergebnisse der Kämpfe festhalten. Das Kriegsgeschehen wurde daher zunächst fast immer **(17)** nur aus zeitlicher und räumlicher Distanz abgelichtet: aus der räumlichen Entrücktheit des Lebens in der Etappe und der zeitlichen Entrücktheit der materiellen und menschlichen Überreste der Schlacht. Vor allem der Raum des modernen Krieges, das Töten auf Entfernung, ließ sich mit dieser Technik nicht einfangen. **(18)** Es ist ein Paradoxon: Fotografie und Film als Produkte des industriell-technischen Zeitalters vermochten den industrialisierten Krieg nicht abzubilden. Vielmehr waren sie gezwungen, auf traditionelle Perspektiven wie den Blick vom Feldherrenhügel, den wir aus der Malerei kennen, zurückzugreifen.

(19) Die Luftbildfotografie, die den Krieg aus der Vogelperspektive abbildete, begründete ein neues Sehen auf den Krieg, das sich mit den Begriffen Derealisierung und Militarisierung bezeichnen lässt. Der Gewaltakt selbst erscheint nur mehr als aufzuckender Blitz oder als Ansammlung elektronischer Bildpunkte. Das Schlachtfeld wurde damit zunehmend abstrakter. Es reduzierte sich auf ein System von Verbindungen und Lichtzeichen. **(20)** Die Betrachter nehmen den Krieg hierbei nur mehr aus der Perspektive des Kampfpiloten, **(21)** der Bordkanone, **(22)** der Gun-Kamera **(23)** oder des Satelliten wahr. Das Sehen auf den Krieg folgte damit zunehmend technologischen und militärischen Sichtweisen. **(24)** Unter Umgehung medial-journalistischer Bearbeitungsformen produzieren die Waffen heute ihr eigenes Bild des Krieges: der Höhepunkt der Derealisierung und Militarisierung.

(25) Mit neuen und kleineren Foto- und Filmkameras rückte der Krieg den Akteuren wie den Betrachtern zugleich immer mehr auf den Leib. Aufnahmen mitten aus dem Kampfgeschehen heraus wurden nun möglich. **(26)** Vor allem Hitlers Propagandakompanien bemächtigten sich der neuen Perspektiven. **(27)** Aber auch die Alliierten setzten auf die neue Perspektive, die die Betrachter in einem bis dato unbekannten Maße in das Geschehen einbezog, wie diese Aufnahme aus den Häuserkämpfen in Stalingrad **(28)** oder Robert Capas viel zitierte Bildserie vom D-Day

}

1944. Eine weitere Innovation **(29)** in Richtung eines militarisierten Sehens auf den Krieg brachte die Gleichschaltung von Kamera und Waffe.

(30) Mit dem Siegeszug des Fernsehens seit dem Vietnam-Krieg und der Satellitenkommunikation hielten die laufenden Bilder des Krieges zeitnah Einzug in die privaten vier Wände. **(31)** Die weitere Beschleunigung der elektronischen Bildkommunikation machte am 11. September 2001 schließlich die Übertragung eines terroristischen Angriffs in Echtzeit möglich. Weitere Höhepunkte der technologischen Entwicklung: **(32)** die Bilder der Gun-Kameras seit dem Golf-Krieg von 1991 sowie **(33)** die Nutzung des Internet durch die kriegsführenden Parteien.

(34) Von Anbeginn des modernen Krieges legte sich zudem eine Realitätsschicht der Deutungen und Überzeichnungen über das Ereignis Krieg und damit zugleich über die Erfahrungen der Zeitgenossen. Zum medientechnischen Rahmen gesellte sich so immer ein spezifischer kultureller Deutungs*rahmen*. Ich möchte hier einige wiederkehrende, z.T. überzeitliche interkulturelle Deutungs- und Überschreibungsmuster benennen, die das Bild Krieges standardisierten.

(35) Der kriegerische Gewaltakt, vor allem der Kriegstod selbst blieb den Kameras zunächst in aller Regel verborgen. Der Tod erschien - wenn überhaupt - allenfalls als schöner oder heroischer Tod. **(36)** Mit den Bildern getöteter Gegner war man weniger zimperlich. **(37)** Eine der stärksten Narrative war und ist die Humanisierung des Krieges etwa in Gestalt der Modellierung des Krieges als saubere, hygienische und aseptische Angelegenheit. Hierzu zählen Bilder des aufgeräumten Schlachtfeldes, von Körperhygiene betreibenden Soldaten, von sauberen Lazaretten sowie schließlich in Bildern der „chirurgisch“ präzise auf ihr Ziel zusteuernden High-Tech-Waffen. **(38)** Die Umsorgung der Soldaten, die Pflege der Verwundeten sowie der barmherzige Umgang mit Kriegsgefangenen und Zivilbevölkerung bildete ein weiteres Muster. Der Krieg erschien als eine besondere Form der Sozialarbeit oder wie im Kosovo als „humanitäre Intervention“. Wurde das Ereignis des Krieges in der frühen Fotografie in der Tradition der Malerei eher durch Romantisierung verharmlost, **(39)** so setzten sich im 20. Jahrhundert zunehmend Muster der Darstellung des Krieges als temporäre

}

Unterbrechung kollektiver industrieller Arbeit oder allgemein als hoch technisiertem modernem Job durch. **(40)** Hinzu kamen die Entertainisierung des Krieges als Reise, Sport und Event sowie schließlich die **(41)** kulturelle Überwölbung des Krieges durch Bilder, die die kulturellen Tätigkeiten der Soldaten hervorhoben. Die Botschaft, die von diesen Bildern ausgeht: auch im Krieg bleibt der Soldat Mensch und Bürger. Durch die globalen Bildermärkte werden diese klassischen Ikonografien des Krieges heute allerdings zunehmend brüchig, weil das Publikum immer auch die Bilder der anderen Seite zu sehen bekommt. Die Bilder von den Kriegsschauplätzen pluralisieren sich.

(42) Eine weitere Modellierung erfolgte durch redaktionelle Rahmensetzungen der Print- wie der elektronischen Medien. **(43)** Britische Redaktionen etwa erwarteten im Ersten Weltkrieg von ihren Fotografen vor allem solche Bilder, die den Betrachtern das Gefühl vermitteln sollten, dabei zu sein. **(44)** Ein Magazin wie „Life“ begründete seinen Erfolg explizit mit Bildern der Nähe. Zeitungen und Magazine gaben die Formate vor, in denen über den Krieg berichtet wurde wie etwa **(45)** die „Homestory“ - hier links - oder der „Kampfbericht“ - rechts in der NS-Propagandazeitschrift „Signal“. **(46)** Heute werden die Berichte über den Krieg z.T. nach rein ästhetischen Kriterien am Leuchttisch entworfen, für die dann nur mehr die entsprechenden Bilder geordert werden. Zum Werkzeug der Redaktionen zählen bis heute immer auch der Retuschierpinsel und die Schere. **(47)** Weil das Originalfoto der von Deutschen zerstörten Stadt Murmansk der Redaktion einer sowjetischen Zeitschrift nicht dramatisch genug erschien und die beiden Menschen zudem in die falsche Richtung, nämlich nach Westen, fliehen, **(48)** musste der Fotograf das Bild zunächst spiegeln und die Szene dann mit dem Retuschierpinsel nachbearbeiten. **(49)** Die veröffentlichte Variante sah dann so aus. **(50)** Ähnliches geschah mit dem Original der Fotografie des Mädchens Kim Phuc aus dem Vietnam-Krieg. **(51)** Durch die Beschneidung des gesamten rechten Bilddrittels fokussierte **(52)** die Redaktion auf das nackte Mädchen, dessen Veröffentlichung 1972 zudem einen kalkulierten Tabubruch bedeutete, mit dem der weltweiten Karriere des Agentur-Bildes gezielt nachgeholfen wurde. **(53)** Kaum einmal zur Veröffentlichung gelangten jene Bilder, die dieselben Kinder nur wenige Sekunden später als Getriebene der Reporter zeigen, von denen keiner Anstalten macht, den Kindern zu helfen. **(54)** Hinzu kommt, was sich gerade an diesem Bild mustergültig nachweisen lässt, dass gerade zu Ikonen

}

avancierten Bildern die Tendenz immanent ist, dass sie sich von ihrem historisch-politischen Entstehungskontext lösen und plötzlich ganz andere Geschichte erzählen. Die Friedensbewegung machte so etwa aus diesen Kindern eines versehentlichen südvietnamesischen Luftangriffs Opfer eines amerikanischen Napalmschlages. **(55)** Den Höhepunkt erlebte die Geschichte bei Guido Knopp, dem es - welch Wunder - gelang, den Piloten des US-Bombers gemeinsam mit dem Opfer vor die Kamera zu bringen. Indes: es hatte nie einen US-Angriff gegeben; der Mann war schlicht ein Wichtigtuer.

(56) Programme und Sendeformate des Fernsehens bilden heute die wichtigsten redaktionellen Rahmungen, in denen uns der Krieg erscheint. Seit dem Golf-Krieg von 1991 hat sich eine besondere Form der TV-Kriegsberichterstattung herausgebildet, die mit den Begriffen Beschleunigung, Entertainisierung und Fiktionalisierung beschrieben wird. Hier ein Standbild aus einer ZDF-Sondersendung, das einen Tiefstpunkt der Kriegsfernsehberichterstattung markiert: zwei Journalisten unterhalten sich über den Krieg, über den sie nichts wissen und von dem es keine Bilder gibt. **(57)** Schon um nicht die Sicherheit von Kameraleuten und Korrespondenten zu gefährden, lässt das Format der Live-Berichterstattung immer nur eine distanzierte Form der Berichterstattung vom Kriegsschauplatz zu. **(58)** Der Mangel an Aufnahmen vom eigentlichen Kriegsgeschehen wird zunehmend mit Bildern so genannter Expertengespräche, oft pensionierter Militärs, - ich nenne das den Netzer-Effekt der Kriegsberichterstattung! - mit Trickgrafiken und Live-Schaltungen zu Korrespondenten in aller Welt kompensiert.

(59) Schließlich agierten Kriegsfotografen und Kameraleute immer in engen **politischen Rahmen**, die durch Zensurvorschriften, Erwartungshaltungen der Auftraggeber und Formen der Selbstzensur strukturiert waren. Mit dem Ersten Weltkrieg hatten sich auf beiden Seiten der Fronten erste Organisationen etabliert, denen die Kontrolle der Bilderflut vom Kriegsschauplatz oblag. Diese konnte durch eine Begrenzung der Zahl der Bildreporter auf dem Kriegsschauplatz erfolgen, durch die Zuweisung ihres Operationsgebietes weitab vom eigentlichen Kampfgeschehen oder durch Zensurvorschriften. Bis zum Vietnam-Krieg blieb die Ablichtung bzw. Veröffentlichung „grausamer“ Szenen entweder generell untersagt oder fiel der Zensur zum Opfer. (**60)** Fotografien und Filmstreifen von toten bzw. schwerstverwundeten US-Soldaten wurden

}

in den USA so strenger rationiert als Zucker und Kondome. Die ersten Bilder von Kriegstoten tauchten daher erst im September 1943 auf. **(61)** Die Aufnahmen aus dem zerstörten Hiroshima durften bis 1952 in den USA überhaupt nicht veröffentlicht werden. Heute legen „ground rules“ z.T. detailliert fest, was in den Rahmen passt und was nicht. **(62)** Heute produzieren die Krieg führenden Militärs und Propagandastellen die gewünschten Bilder kriegerischer Gewalt zunehmend selbst, die dann oft (**63)** unkommentiert und ungeprüft von den Redaktionen übernommen werden, **(64)** wie dieses Beispiel des „Stern“ aus dem Afghanistan-Krieg zeigt.

Meine dritte These lautet daher: **(65) Alle diese Rahmungen und Modellierungen stellen kulturelle Transformationsleistungen dar, durch die der asoziale, inhumane und destruktive Charakter des Krieges in die Sphäre des vertraut Normalen überführt, auf diese Weise entdramatisiert und humanisiert wird.**

(66) Seit Beginn des modernen Krieges versuchten Kriegsherren und Propagandisten die Menschen an der Heimatfront mit Hilfe von Bildern für den Krieg zu begeistern bzw. in das Geschehen zu involvieren, sie gewissermaßen zu Teilhabern zu machen. Zunächst übernahmen große Kriegsausstellungen diese Aufgabe. **(67)** Im Kriegs-Panorama zogen die Schlachten des 19. Jahrhunderts an den Zuschauern vorbei. **(68)** Seit dem Ersten Weltkrieg erfüllte vor allem die Wochenschau die Funktion, den Daheim gebliebenen das Gefühl zu vermitteln, am Krieg teilzunehmen. Die Nationalsozialisten erhofften sich von ihr explizit, ein neuerliches Auseinanderdriften von Front und Heimat wie im Ersten Weltkrieg zu verhindern. **(69)** Aber erst mit dem Vietnam-Krieg kamen die laufenden Bilder des Fernsehens in den Wohnzimmern an. Das Außergewöhnliche wurde zum allgegenwärtigen Bestandteil des Alltags. **(70)** Mit der Echtzeit-Übertragung schließlich rückt uns der Krieg derart auf den Leib, dass wir uns seinen Bildern kaum mehr entziehen können. Vom „Aufmerksamkeitsterrorismus“ war nun die Rede. Konnten wir den Krieg bislang aus sicherer Distanz betrachten, so hat Nine Eleven den medialen Schutzschild durchschlagen und uns wie nie zuvor unmittelbar an den Ereignissen teilhaben lassen. **(71)** Der vorläufige Endpunkt dieser Entwicklung: die Live-Übertragung des Anschlags von 9/11.

}

(72) Die modernen Bildmedien - so die vierte These - **haben die Betrachter räumlich und zeitlich immer näher an den Krieg herangeführt. Aus einem ehemals exklusiven Seherlebnis wurde ein „living-room war“. Im Echtzeitkrieg schließlich werden aus Zuschauern Teilhaber und Akteure.**

(73) Krieg der Bilder

Längst sind die Bilder des Krieges offensive propagandistische Waffen im innenpolitischen wie im zwischenstaatlichen militärischen Kampf. **(74)** Um die Macht der fotografischen Bilder wusste man spätestens seit den Tagen der Pariser Commune. Mit solchen Aufnahmen sollte die geschlagene Commune nachträglich diskreditiert werden. **(75)** Während diese Aufnahmen aus einem deutschen Schützengraben in Großbritannien selbst nicht veröffentlicht werden durften, fanden sie im Propagandakrieg gegen Deutschland auf einem Flugblatt aber gleichwohl Verwendung. Die von Ballons über die feindlichen Linien beförderten Blätter sollten den deutschen Soldaten ihr bevorstehendes Schicksal veranschaulichen. **(76)** Während des Vietnam-Krieges setzte vor allem die Antikriegsbewegung auf die mobilisierende Kraft der Bilder.

Mit der Globalisierung der Bildermärkte und den „neuen Kriegen“ der Gegenwart haben sich die Bedingungen der Bildproduktion und -rezeption sowie die Bilder des Krieges z.T. fundamental gewandelt. Bilder kriegerischer Gewalt sind heute gleichermaßen umkämpfte Waren wie globale propagandistische Waffen, **(77)** denken wir etwa an die Bilder getöteter amerikanischer Soldaten 1993 in Mogadischu, die die Clinton-Administration schließlich zum Rückzug aus Somalia zwangen, weil das amerikanische Publikum diese Bilder nicht ertragen konnte: der sogenannte Mogadischu-Effekt.

Zugleich sind die Bilder des Krieges, wie uns dies Nine Eleven und der andauernde Irak-Krieg so anschaulich demonstriert haben, eigenständige Waffen in den Händen der Kontrahenten des asymmetrischen Krieges geworden. **(78)** Erstmals bedienten sich Terroristen wie 2001 in den USA der Macht des globalen, in Echtzeit berichtenden

Mediums Fernsehen bzw. **(79)** nutzten wie im Irak-Krieg das Internet, um ihre grausamen Hinrichtungsvideos ins weltweite Netz zu stellen. **(80)** Damit rücken zunehmend der Gewaltakt selbst und seine Opfer - historisch eher versteckt - in den Fokus der Berichterstattung. **(81)** So zirkulieren im Internet heute Bilder, die das Publikum zuvor kaum einmal gesehen hatte.

In den „neuen Kriege“ kommunizieren die kriegsführenden Staaten heute über und mit Hilfe der globalen Medien und Bildagenturen. Im Krieg der global zirkulierenden schnellen elektronischen Bilder, wie wir ihn seit 1991 erleben, findet der Bilderkrieg heute nach dem Schnittmuster Schuss/Gegenschuss statt. **(82)** Die sauberen High-Tech-Bilder der Alliierten im Golf-Krieg von 1991 aus der Aufsicht oder der Totalen **(83)** konterte das Regime in Bagdad zeitnah mit den schmutzigen Nahaufnahmen der bei den Angriffen ums Leben gekommenen Zivilisten. **(84)** Die NATO-Bilder der Gun-Kameras vom Angriff auf die Brücke von Grdelica beantwortete Belgrad **(85)** auf einer Internetseite unmittelbar mit Detailaufnahmen der getöteten Opfer im Internet. **(86)** In dem Maße wie Bilder zu Waffen wurden, gerieten schließlich auch deren Produzenten - die Fotografen und Kameramänner - selbst ins Visier.

Auf diese Weise hat sichin den letzten Jahren eine **visuelle Rüstungsspirale** herausgebildet, in der immer grausamere Bilder die Funktion erfüllen, auf die Gewaltbilder der Gegenseite zu antworten. Nehmen wir das jüngste Beispiel des Irak-Krieges: **(87)** Mit beeindruckenden Bildern vom Angriff auf Bagdad und **(88)** Live-Inszenierungen ihrer „embeddeds“ hofften die USA, zu Beginn des Krieges die zeitweise verloren gegangene Bilderhoheit zurück zu gewinnen und zugleich das Trauma des 11. September zu bewältigen. **(89)** Es folgten die Bilder der gefangenen und gefallenen US-Soldaten, **(90)** die mit den Aufnahmen der für das Publikum hergerichteten getöteten Saddam Söhne beantwortet wurden. **(91)** Mit den Bildern der verkohlten Leichen aus Falludscha **(92)** und den Aufnahmen der folternden US-Soldaten von Abu Ghraib war die nächst höhere Ebene im Bilderkrieg erreicht **(93)**, die von den Enthauptungs-Videos islamistischer Kommandos getopt wurden. **(94)** Der Endpunkt der Entwicklung: Leichenbilder getöteter irakischer Freischärler im Internet als Zugang zu Pornoseiten,

}

(95) auf die der irakische Widerstand wiederum mit Leichenteilen getöteter US-Soldaten reagierte. Jedes Bild provozierte ein Gegenbild mit immer brutaleren Szenen.

(96) In den „neuen Kriegen“ - so meine fünfte These - **ergänzt der mediale Krieg der Bilder den materiellen Krieg der Waffen. Bilder und Bildmedien kompensieren im asymmetrischen Krieg militärische Unterlegenheit. Im digitalen Zeitalter kommunizieren die Konfliktpartner über Gewaltbilder. Die Folge: eine visuelle Rüstungsspirale, deren Ende nicht in Sicht ist.**

Die Erzeugung von Bildereignissen eigens für die globale Medienberichtersattung ist gegenwärtig die höchste Form des Bilderkrieges. **(97)** Zwar hat es die Liquidierung von Menschen eigens für die Kamera und damit für das Zuschauerauge in der Geschichte des modernen Krieges - denken wir etwa an die Erschießung eines Vietcong 1968 auf offener Straße durch den Polizeipräsidenten von Saigon - immer wieder gegeben, mit den asymmetrischen Kriegen der Gegenwart indes werden Menschen zunehmend eigens zu dem Zwecke getötet, um sie zu Bildern zu machen. Ziel ist es, den Gegner - besser noch dessen Heimatfront - zu demoralisieren. Vor allem der islamistische Terrorismus hat sich in der Vergangenheit der energetischen Kraft von Bildern bedient und grausame Bildereignisse erzeugt. **(98)** Vermutlich musste der Junge Muhammed Al Durrah in Gaza eigens dafür sterben, **(99)** um aus ihm einen Märtyrer und **(100 / 101)** damit im gesamten arabischen Raum die Ikone der 2. Intifada zu machen. **(102)** Auch beim Angriff auf die Twin Towers 2001 ging es nicht in erster Linie um die Tötung von Tausenden von Menschen, **(103)** sondern um die Erzeugung grandioser Bilder, mit denen die USA und die gesamte westliche Welt unter Schock gesetzt werden sollten. Nicht zufällig hatte man die Stadt mit der höchsten Medien- und Kameradichte der Welt gewählt. **(104)** Das eigentliche Ziel der Aktion war das Auge des Zuschauers an den Bildschirmen. **(105)** Im Irak-Krieg antworteten die USA auf diese Bilder mit der Tötung der Saddam-Söhne **(106)** und der Bilderfolter von Abu Ghraib, **(107)** die ihrerseits islamistische Kommandos mit der Tötung amerikanischer Zivilisten konterten.

Für den Kunsthistoriker Horst Bredekamp belegen Bildereignisse wie diese, dass der Fakten schaffende Bildakt heute ebenso wirksam ist wie der Waffengebrauch oder die

}

Lenkung von Geldströmen. „Wir sehen“, so Bredekamp, „gegenwärtig Bilder, die Geschichte nicht abbilden, sondern sie erzeugen.“ Der Zweck des Enthauptens in islamistischen Erpresservideos sei längst nicht mehr die Tötung eines Gefangenen, sondern der Bildakt, der die Augen die Rezipienten erreiche.

Meine sechste These lautet daher: **(108) In den „neuen Kriegen“ werden Menschen eigens zu dem Zweck getötet, damit sie zu kommunizierbaren Bildern werden. Das Ereignis ist nur als „Bild-Ereignis“ von Bedeutung. Damit wird zugleich das Betrachten der so generierten Bilder zu einem Akt der Beteiligung: Aus Zuschauern werden virtuelle Komplizen. (109)** Die *TAZ* hat aus alledem folgerichtig die Konsequenz gezogen, solche Bilder nicht mehr zu publizieren.

(110) Der aktuelle Bilderkrieg in Palästina

Auch bei dem aktuellen Krieg um Gaza handelt es sich um einen asymmetrischen Krieg, in dem die palästinensische Seite ihre militärische Unterlegenheit durch starke Bilder realer und vermeintlicher israelischer Gräuel zu kompensieren versucht. Michael Stürmer hat diesen Krieg als „doppelten Krieg“ der Waffen und der Bilder charakterisiert. **(111)** Seine These, der ich nur zustimmen kann, lautet: **„Mehr noch als die Katjuschas sind die Bilder Teil und Mittel postmoderner Kriegsführung. Diese zielt nicht auf Geländegewinn, sondern auf Herz und Verstand der Menschen. (...) Was stattfindet, ist ein doppelte Krieg der Waffen und der Bilder. Im Krieg der Waffen ist Israel ebenso überlegen wie im Krieg der Bilder unterlegen.“ (112)** Den Karikaturisten der *New York Times* hat dies zu folgener Zeichnung veranlasst.

Vergleichen wir die Bildstrategien beider Seite, so müssen wir feststellen, dass die israelische Kriegspropaganda weitgehend ein konventionelles Bild ihres Krieges propagiert. Typisch hierfür sind folgende Bildmuster, die sich in weiten Teilen der israelfreundlichen westlichen Presse nachweisen lassen:
(113) 1. die Heroisierung der Waffen und **(114)** ihrer Feuerkraft **(115)** in z.T. ästhetisierenden Gegenlichtaufnahmen wie diesen. Es sind dies Bilder, wie wir sie aus allen Kriegen kennen. **(116)** In Ermangelung anderer Bilder vom Kriegsschauplatz

}

werden diese Bilder von den Medien als optische Lückenfüller eingesetzt. Ihr Informationsgehalt tendiert gegen Null.
(117) 2. der distanzierende Blick vom Feldherrenhügel außerhalb des Kampfgebietes, auf den die berichtenden Medien durch die israelische Pressepolitik gezwungen werden, **(118)** die Journalisten konsequent den Zugang zum Kampfgebiet verwehrt. **(119)** Das Resultat sind Bilder der Totalen wie diese. **(120)** Auch der Informationsgehalt solcher Bilder ist minimal.
(121) 3. Bilder vermeintlicher präziser, sogenannter „chirurgischer Schnitte“, die das unrealistische Bild eines weitgehend „sauberen“ Krieges suggerieren sollen, in der die Opfer unsichtbar bleiben. **(122)** Hier bedient sich die israelische Propaganda u.a. gezielt der Möglichkeiten von You Tube, über dessen Server sie unzählige Videosequenzen offeriert, **(123)** die präzise Luftschläge auf Einrichtungen der Hamas belegen sollen, die für den Betrachter aber letztlich ebenso wenig überprüfbar sind wie die Opferbilder der Gegenseite. Die Erfahrungen aller vergangenen Kriege besagen, dass es Israel mit dieser steril distanzierenden Bildberichterstattung nicht gelingen wird, die Weltöffentlichkeit für sich zu gewinnen.

Die palästinenische Kriegspropaganda demgegenüber propagiert ein völlig anderes Kriegsbild. **(124)** Anknüpfend an den Vietnamkrieg, dessen Opferbilder einem populären Missverständnis zufolge den Krieg in Südostasien beendet haben sollen, fokusiert sie vor allem auf entkontextualisierte Bilder der Opfer: **(125)** auf Nahaufnahmen fliehender und ihrer **(126)** Behausungen beraubter Menschen, **(127)** von Verletzten sowie **(128)** gezielt auf dramatische Bilder des Kriegstodes, d.h. auf Bilder mitten aus der Kampfzone. **(129)** Bilder wie diese sind quellenkritisch nur schwer zu überprüfen, da sich das Kriegsgebiet westlichen Reportern entzieht und dieses fast völlig von palästinensischen oder befreundeten arabischen Reportern okkupiert wird. Westliche Presseagenturen wie AP und AFP versehen diese Bilder gleichsam mit einem Seriositätsstempel und öffnen den Bildproduzenten der Hamas damit den Zugang zu den westlichen Medien.

Dabei kristallisiert sich als Zentrum der palästinensischen Bildberichterstattung eine bereits in der Vergangenheit **(130)** in verschiedenen anderen historischen

}

Zusammenhängen erfolgreich praktizierte Strategie heraus, den Kampf des palästinensischen Volkes gegen Israel dem aus der christlichen Literatur bekannten Kampf Davids gegen Goliaths anzulagern, **(131)** vor allem jedoch wie seit 2000 erfolgreich praktiziert, den Krieg Israels als „war on children“ darzustellen. Mit in ihrer Herkunft bis heute nicht genau geklärten Bildern wie diesen **(132)** wurden Bildikonen geschaffen, die in der Vergangenheit erfolgreich den Kampf gegen Israel in der arabischen Welt motivierten. **(133)** Für den aktuellen Krieg hat der bekannte brasilianische Karikaturist Carlos Latuff bereits im Dezember 2008 dieses Plakat entworfen, das den Abwehrkampf Israels zum Vernichtungskrieg gegen die Kinder Palästinas umdeutet.

(134) So sind es vor allem solche grausamen und **(135)** emotionalisierenden Bilder von bei Luftangriffen getöteten Kindern und Jugendlichen **(136)**, mit denen die palästinensische Propaganda das Weltgewissen gegen Israel mobilisieren will. **(137)** Erkennbar wird dabei der Versuch einer strategischen Ikonisierung der Bilder der am 2008 bei einem israelischen Luftschlag auf ein Flüchtlingslager bei Jaballa im nördlichen Gazastreifen getöteten Kinder der Balosha-Familie **(138)** und hier insbesondere des vierjährigen Mädchens Dena, **(139)** die unter großer Anteilnahme der Bevölkerung und in Begleitung **(140)** von etlichen palästinensischen Fotografen und Kameraleuten am Folgetag bestattet wurde. **(141)** Etliche der Aufnahmen stammen von dem u.a. für AP arbeitenden Fotografen Hatem Moussa, der sich in der Vergangenheit als „Hoffotograf“ der Hamas einen Namen gemacht hat. Über den TV-Sender Al Jazeera und **(142)** über das irakischge Uruknet, **(143)** über die Agentur Gaza News Wordpress **(144)** und die iranische Nachrichtenagentur Fars News Agency werden diese Bilder nach außen kommuniziert **(145)** und z.T. ohne Überprüfung und noch am selben Tag von westlichen Zeitungen übernommen. **(146)**

(147) Diese Bilder sind im gesamten arabischen Raum in der Zwischenzeit zum Rohstoff einer regelrechten Propaganda*kampagne* geworden, mit denen die Massen **(148)** und hier vornehmlich wieder Kinder mit vorgefertigten Postern, **(149)** die u.a. wie hier bei einer Demonstration in Indien von Al Jazeera als Download zur Verfügung

}

gestellt, **(150)** gegen den vermeintlichen „war on children“ protestieren **(151)** oder zum Boykott Israels auffordern.

(152) Diese Propagandakampagne fügt sich ein in den seit einigen Jahren zu beobachtenden Versuch, die Palästinenser in der Weltöffentlichkeit als Opfer eines neuen von Israel ausgehenden Holocaust erscheinen zu lassen und von der selbst praktizierten Gewalt abzulenken. **(153)** Diese Strategie ist nicht neu. Bereits 1982 machte ein portugiesischer Karikaturist von sich Reden, als er das bekannte NS-Foto des Jungen im Warschauer Getto **(154)** in dieser Weise umdeutete. **(155)** Desselben Zweck verfolgen der von dem iranischen Staatspräsidenten ausgelobte Holocaust-Cartoon-Wettbewerb **(156)** ebenso wie die Initiative zur Errichtung eines „Gaza Holocaust Museums“. **(157)** Konsequent spricht die Propaganda daher vom „Nazi-Israel Holocaust“ bzw. vom drohenden „zionistischen Genozid“.

Gegen solche Bilder, Propagandakampagnen und Bildtraditionen hat eine sachliche Aufklärung, da muss man kein Prophet sein, vermutlich kaum eine Chance. Bilder besagen bekanntlich mehr als 1000 Worte!

Ich danke Ihnen für Ihre Aufmerksamkeit.

}