

Nora Hanusch

From Words to War

Eine Analyse des metaphorischen Sprachgebrauchs internationaler Printmedien vor Ausbruch des Irakkrieges 2003*

Abstract

The contribution analyzes metaphorical language (in Lakoff's sense) with respect to the Iraq in headlines of the journals *Süddeutsche Zeitung*, *Il Corriere della Sera*, *The Guardian*, *Gazeta Wyborcza* and *The New York Times* in the period from 15 to 20 March 2003 (directly before the Iraq War): All, but especially the American, British and Italian press framed the approaching war as powerful natural phenomenon and/or theater performance and/or a game.

Sommaire

La contribution analyse le langage métaphorique (dans le sens de Lakoff) relatif à l'Irak dans les titre des journaux *Süddeutsche Zeitung*, *Il Corriere della Sera*, *The Guardian*, *Gazeta Wyborcza* et *The New York Times* dans la période du 15 au 20 mars 2003 (directement avant la Guerre d'Irak), tous, mais surtout les journaux américain, anglais et italien conçoit la proche guerre comme un grand phénomène naturel et/ou une représentation théâtrale et/ou un jeu.

Zusammenfassung

Der Beitrag analysiert den metaphorischen Sprachgebrauch (im Sinne Lakoffs) mit Bezug auf den Irak in Überschriften der Zeitungen *Süddeutsche Zeitung*, *Il Corriere della Sera*, *The Guardian*, *Gazeta Wyborcza* und *The New York Times* im Zeitraum 15.-20.03.2003 (also direkt vor dem Irakkrieg): Alle, insbesondere aber die amerikanische, britische und italienische Presse framen den bevorstehenden Krieg als kraftvolles Naturereignis und/oder Theateraufführung und/oder Spiel.

Am 11. September 2001 um 8.45 Uhr endet das 20. Jahrhundert, wie wir es kennen: Innerhalb nur weniger Minuten prallen zwei Passagierflugzeuge in das New Yorker World Trade Center, 54 Minuten später wird auch das Pentagon in Washington Ziel der Anschlagserie islamistischer Terroristen auf amerikanischem Boden – über 3.000 Menschen kommen dabei ums Leben und mit ihnen stirbt der Glaube an die Unverwundbarkeit der Vereinigten Staaten. In den Tagen darauf beherrschen Trauer und Mitgefühl die internationale Gemeinschaft – und die Befürchtung, die US-Regierung könne mit einem Vergeltungsschlag reagieren. Zu recht: Nur wenige Tage später titeln amerikanische Zeitungen: „America Strikes Back“ (vgl. Kellner 2005: 36). Bis zum Ausbruch eines möglichen Krieges der USA gegen den Irak im Jahr 2003 konfrontiert die Bush-Administration die Weltöffentlichkeit mit unzähligen Slogans. Und die Medien als Übermittler der Botschaften fungieren als „weapons of mass deception“ (Rampton/Stauber 2003: 1), indem sie den metaphorischen Sprachgebrauch der US-Regierung bereitwillig in ihre Berichterstattung aufnehmen. So lief die Kriegspropaganda bereits monatelang auf Hochtouren als in der Nacht des 20. März 2003 die US-Invasion im Irak beginnt und mit dem Einmarsch amerikanischer Truppen am Persischen Golf nicht nur die US-Bevölkerung, sondern auch zahlreiche Verbündete von der Notwendigkeit einer Entmachtung Saddam Husseins überzeugt sind.

Die vorangegangenen Worte veranschaulichen einen zentralen Konflikt der Berichterstattung vor dem Irakkrieg 2003. Als eine der ersten Krisensituationen des jungen 21. Jahrhunderts wurde die

* Der Beitrag ist aus meiner von Joachim Grzega betreuten B.A.-Arbeit entstanden. Er fasst die wichtigsten Daten zusammen und ergänzt diese um die polnischen Daten.

US-Invasion im Irak von Seiten der Politik- und Kommunikationswissenschaften umfangreich auf ihre Akteure, Ursachen, Bedingungen und Wirkungen hin untersucht. Doch mit dem US-Amerikaner George Lakoff nahm sich erstmals auch ein Sprachwissenschaftler des Gegenstandes an. Seine Analysen ergaben u.a., dass die Sprache vor allem vor Ausbruch des Krieges eine entscheidende Rolle spielte: So konstruierte die Bush-Regierung eingängige Metaphern, die sich nicht nur leicht verinnerlichen ließen, sondern in hohem Maße wertend und manipulativ waren. Dieses „Framing“ stellte laut Lakoff das Geheimrezept für den Erfolg der Bush-Administration und deren Kriegspropaganda (vgl. Lakoff 2004/2009) dar, die durch die Medien ihren Weg an die Weltöffentlichkeit fand.

In meiner wissenschaftlichen Arbeit habe ich es mir zur Aufgabe gemacht, die Bedeutung der Medien für die Vorbereitung des Irakkrieges 2003 auf sprachlicher Ebene zu untersuchen. Dabei sollten jedoch nicht allein die Printmedien innerhalb der Vereinigten Staaten Gegenstand der Untersuchung sein, es wurde auch ein Vergleich mit der Presse weiterer Nationen angestrebt. So stellten sich im Rahmen meiner Arbeit zwei zentrale Fragen. Erstens: Haben die Printmedien den Irakkrieg „geframet“, also den Krieg metaphorisch dargestellt? Und Zweitens – Sofern die erste Frage bejaht werden kann: Welcher metaphorische Sprachgebrauch ist zu verzeichnen?

Zunächst einmal werde ich die zentralen Begriffe „Frame“, „Framing“ und „Metapher“ erläutern. Abgesehen von der Tatsache, dass jedes Gehirn grundsätzlich individuell ist, denken doch alle Menschen in so genannten „Frames“. Darunter versteht man „Deutungsrahmen, die unser Wissen strukturieren und den Informationen einen Sinn zuordnen“ (Lakoff/Wehling 2009: 73). Es sind „tief verankerte innere Bilder/Vorstellungen darüber, wie die Welt funktioniert“ (Senge 1990: 147). Das Formen dieser Deutungsrahmen nennt man „Framing“, ein Begriff aus dem Bereich der Fotografie. Innerhalb eines Frames, eines Rahmens, kann ein Wirklichkeitsausschnitt festgehalten werden – wie der des Fotografen. Framing ist also das Bilden oder Verändern einer Auffassung, einer Meinung, gar einer Weltanschauung. Doch was geschieht, wenn man diese Deutungsrahmen neu setzt, indem Verbindungen zwischen zwei Konzepten erstellt werden, die es vorher nicht gab? Die bekannteste Verknüpfung mindestens zweier Konzepte ist die Metapher, die Sinnübertragung einer Idee auf eine andere; „Elemente der ‚Quelldomäne‘ werden gedanklich auf die ‚Zieldomäne‘ übertragen“ (vgl. Lakoff/Wehling 2009: 27 f.). Metaphern können demnach zur Veränderung von Vorstellungen gebraucht werden. Wenn eine neue Metapher beispielsweise im Verlauf einer politischen Kampagne geprägt und immer wieder benutzt wird, so wird diese für den Menschen irgendwann zum Common Sense (vgl. ebd.: 31) – Die Metapher wird ein Bestandteil der eigenen Frames und somit zur Normalität. Folglich ist der metaphorische Sprachgebrauch ein geeignetes Instrument für das Framing. Wird demnach in der Politik und in den Medien geframet, wirkt sich dies auf das Denken der Gesellschaft aus und kann diese Gesellschaft auch verändern (vgl. Lakoff 2004b: xv).

In der Vorbereitung des Irakkrieges 2003 kursierten mehrere Frames, die von der Regierung präsentiert wurden. Damit konnten mindestens zwei Ziele verfolgt werden. Erstens: Die kontextuelle Vernetzung verfolgte mehrere Legitimationsstrategien wie die Dämonisierung des Gegners, das Verschweigen von Nebenmotiven und die Konstruktion eines unausweichlichen Handlungszwangs (vgl. Müller 2003: 62 ff.). Zweitens: Die Frames, meist verpackt als griffige Metaphern, waren einprägsam und wurden so Bestandteil einer Stimmung innerhalb der Vereinigten Staaten, die Bushs Kriegsplänen wohlgesinnt war und kritische Einwürfe in den Hintergrund drängte. Der wohl einflussreichste Frame war der des „war on terror“, des Krieges gegen den Terror. Mit dieser Bezeichnung rief die US-Regierung immer wieder den Terrorismus und somit die Angst vor Angriffen in das Gedächtnis des Volkes – ein Frame, der Rachegefühle in den Köpfen der Amerikaner hervorrufen musste. Die Metapher „Krieg gegen den Terror“ entmenschlicht außerdem den Gegner. So steht nicht der Irak im Mittelpunkt, sondern der Terror, der bekämpft werden soll.

Könnte man dem Irak gegenüber gut gesinnt sein, so würde ein Krieg gegen diesen Staat vielleicht als unrecht empfunden werden. Anders bei dem „Krieg gegen den Terror“: Egal welche Einstellung man zum Krieg hat, der Terror ist definitiv ein sehr großes Übel. Die Bekämpfung des Terrors ist deshalb grundsätzlich etwas Gutes.

Bereits im Sommer 2002, ein Dreivierteljahr vor Ausbruch der eigentlichen Kampfhandlungen, lief eine Täuschungskampagne von Seiten der Bush-Regierung auf Hochtouren, mit deren Hilfe der Weltöffentlichkeit ein rationaler Grund für den Krieg präsentiert werden sollte. In den westlichen Medien häuften sich Berichte über Husseins angebliche Verstrickung in die Terroranschläge vom 11. September 2001. Später wurden Gerüchte gestreut, der irakische Diktator sei im Besitz von Massenvernichtungswaffen. Beide Vorwürfe konnten bis heute nicht bekräftigt werden (vgl. Miller 2004: 3). Der US-Regierung gelang es durch ihre Informationspolitik, die Weltöffentlichkeit über das Fehlen eines echten Kriegsgrundes hinwegzutäuschen. Vielmehr präsentierte man stattdessen eine medial aufpolierte Kriegsbeurteilung. Der Rest lief als routinierte PR-Kampagne ab. Die Medien selbst manövrierte dies bereits vor Kriegsbeginn in eine nahezu ausweglose Lage. Denn, um ihrer Kontrollfunktion nachzugehen, sind sie auf Regierungsinformationen angewiesen. Wenn aber eine Regierung ihre politische Einflusskommunikation derart perfektioniert hat, wie die Bush-Administration es tat, ist eine wirklich unabhängige Berichterstattung schon im Vorfeld nahezu unmöglich. Trotz der berechtigten Zweifel an der öffentlichen Stigmatisierung Saddam Husseins, konnten die Journalisten so lediglich Vermutungen darüber anstellen, was sich hinter der glatten Oberfläche der inszenierten US-Politik wirklich abspielte (vgl. Bussemer 2003: 21).

Die Aufgabe der Medien ist es besonders in Krisenzeiten, die Ereignisse für ihre Rezipienten in Zusammenhänge einzubetten und ihre Bedeutung aufzuzeigen. Das dabei wohl wichtigste Gütekriterium ist die Objektivität. Seit jeher gilt das Erreichen einer objektiven, im Sinne von „unparteilichen“ Berichterstattung als zentrales Anliegen des Journalismus. Übernehmen jedoch die Medien von der Politik vorgefertigte Frames, so übernehmen sie auch deren Botschaft und es entsteht der Vorwurf, die Medien hätten die Äußerungen der Regierung nicht genügend gefiltert und wären ihrer „watchdog function“ nicht ausreichend nachgekommen (vgl. Lehmann 2005: 65). Wenn also Bush von dem „war on terror“ spricht und die Zeitungen ihn ungefiltert zitieren, so unterstützen die Medien das Bild des vermeintlich legitimen, „guten“ Krieges. Genau dies geschah in Vorbereitung auf den Krieg gegen das irakische Regime. Die Bush-Administration übte einen enormen Einfluss auf die Medien aus, wodurch es möglich war, vor allem die eigene, aber ebenso die internationale Bevölkerung zu manipulieren und in die Irre führen. Dabei wurden nicht nur strategische, sondern auch sprachliche Mittel zu eigenen Zwecken genutzt.

Die Printmedien sind besonders in Krisenzeiten „Exklusivlieferant der Informationen“ (Brickwedde-Stümpel/Wienand 2003: 17) und haben einen hohen Stellenwert für die Meinungsbildung des Volkes. Da bereits eine Vielzahl wissenschaftlicher Erzeugnisse über den Umgang der amerikanischen Medien mit dem Irakkrieg 2003 existiert, ergab sich für meine Arbeit das Bedürfnis einer vergleichenden Analyse – So entstand die Idee einer Gegenüberstellung der Printmedien-erzeugnisse der Vereinigten Staaten mit denen mehrerer europäischer Länder. Die Untersuchung der tagesaktuellen Presse Deutschlands, aber auch Großbritanniens und Italiens sollte demnach ein umfassendes Bild über die Medienlandschaft Europas zeichnen, hatten doch alle drei Staaten unterschiedliche Einstellungen zu der Irakkrise 2003. Außerdem werde ich im Rahmen meiner heutigen Präsentation auch Erkenntnisse der Untersuchung der polnischen Presse einbeziehen, um somit dem Anspruch einer umfassenden, eurolinguistischen Untersuchung gerecht zu werden. Die Grundidee meiner Arbeit war es, einen Überblick davon zu bekommen, wie die Medien die internationale Bevölkerung auf den bevorstehenden Krieg vorbereiteten. Die Frage nach dem Gebrauch metaphorischer Sprache ist doch vor allem dann interessant, wenn sie sich auf eine Zeit

der Meinungsbildung bezieht. Aus diesem Grund wurde der für die Analyse relevante Zeitraum auf einige Tage vor dem Krieg bis zum Ausbruch des Konfliktes festgelegt: vom 15. bis 20. März 2003.

Schließlich wurde durch die Beschränkung auf Qualitätszeitungen mit täglicher Erscheinung ein zweites Kriterium festgelegt. Innerhalb meiner Arbeit sollte ausschließlich die Untersuchung qualitativ hochwertiger Zeitungen im Vordergrund stehen, deren Wahrheitsgehalt nicht grundsätzlich angezweifelt werden muss.

Ein weiteres Kriterium für die Auswahl der Zeitungen stellte deren Auflagenstärke dar: In der Regel kann nur eine Zeitung mit hoher Verkaufszahl Einfluss auf die Meinungsbildung haben – daher sollte die Analyse von Metaphern bei viel gelesenen Zeitungen durchgeführt werden. So ergab sich eine Auswahl der Printmedienvertreter: die *Süddeutsche Zeitung* (SZ), der italienische *Corriere della Sera* (ICdS), die britische Zeitung *The Guardian* (TG), die polnische *Gazeta Wyborcza* (GW) und die amerikanische Zeitung *The New York Times* (TNYT). In jenen Zeitungen untersuchte ich die themenrelevanten Haupt- und Unterüberschriften der Ausgaben in den Tagen vor und bis zum Kriegsausbruch.

Beim Durcharbeiten des Materials gab die zentrale Frage nach Metaphern in der Berichterstattung vor Kriegsbeginn die Richtung an. Beispielsweise schrieb die *New York Times* am 16. März 2003 „Bush’s War, Blair’s Gamble“ (TNYT 16.03.03: 13). Daraufhin wurde eine induktive Kategorie festgelegt, die die Sinnübertragung einer Quelldomäne auf eine Zieldomäne deutlich macht: KRIEG IST GLÜCKSSPIEL. Auf diese Art entwickelte sich bei der Bearbeitung der ersten untersuchten Zeitung ein Kategoriensystem, welches kritisch reflektiert und auf seine Angemessenheit hin überprüft wurde. Danach erfolgte der endgültige Materialdurchgang bei dem dasselbe Kategoriensystem für die anderen Zeitungen verwendet und gegebenenfalls neue Kategorien induktiv gebildet wurden. Eventuell konnten und mussten Veränderungen an bereits vorhandenen Kategorien vorgenommen werden. So schien es hier zum Beispiel angemessen, die eben genannte Metapher zu verallgemeinern: KRIEG IST SPIEL. Somit konnten in dieser Kategorie verschiedene Arten von Spiel aufgefangen werden. Das Ergebnis meiner qualitativen Analyse war also ein System von Kategorien, das dann im Sinne der Fragestellung interpretiert werden konnte.

So ergaben sich zuerst allgemeine Beobachtungen. Zunächst einmal konnten in allen Zeitungen allgemeine, eine Weltauffassung vermittelnde, konzeptionelle Metaphern verzeichnet werden. Zu diesen gehörten beispielsweise Metaphern wie NATION IST FAMILIE, MEINUNG IST STANDPUNKT und POLITIK IST REISE.

Wie bereits aufgeführt wurde, war die Bush-Regierung sehr bemüht, den bevorstehenden Akt der Vergeltung zu framen, um somit eine inoffizielle Kriegslegitimation zu schaffen. Aufgrund des Vorwurfs von mehreren Seiten, die Medien wären ihrer „watchdog function“ nicht nachgekommen, sollte in dieser Arbeit überprüft werden, ob die Frames der Bush-Regierung in den Printmedien kurz vor Kriegsbeginn übernommen wurden. Insgesamt konnte jedoch diesem Vorwurf nicht zugestimmt werden. Zwar zitiert, übersetzt und adaptiert die italienische Zeitung die Slogans der amerikanischen Regierung, die anderen Zeitungen jedoch nicht. Die britische Zeitung *The Guardian* übernimmt in den untersuchten sechs Tagen nur einen einzigen Frame der Republikaner. *The New York Times*, die *Gazeta Wyborcza* und die *Süddeutsche Zeitung* verwendeten gar keinen.

Schließlich wurden auch jene Metaphern untersucht, die sich auf den Irakkrieg beziehen und von den Medien selbst als Werkzeug der Meinungsbildung verwendet wurden. Die wichtigsten Ergebnisse möchte ich abschließend thematisch gegliedert vorstellen:

KRIEG IST NATUREREIGNIS: Einen Tag vor Beginn des Krieges schreibt die britische Zeitung „Waiting for the storm“ (TG 19.03.03: 2) und verweist damit auf die mächtige und sicherlich auch zerstörerische Macht des Krieges. Einen Tag darauf ist im Wirtschaftsteil der Zeitung zu lesen: „Fog of doubt lifts [...]“ (TG 20.03.03: 21). Der Nebel als Naturphänomen, bei dem eine klare Sicht nur schwer möglich ist, wird hier aus wirtschaftlicher Sicht auf den Zeitabschnitt vor dem Krieg übertragen und macht diesen zu einer Zeit der Desorientierung, in der der Weitblick für wirtschaftliche Belange nicht gegeben ist. Die polnische Zeitung schreibt am 18. März 2003 ebenfalls von einer durch das Wetter geprägten Zeit, indem sie einen Artikel mit „Czas dmuchania na zimne“ betitelt, also von einem eisigen Wind spricht. Einen Tag später steht geschrieben: „GROM NA IRAK“ ‘Donner auf den Irak’ und unterstützt somit ebenfalls die Metapher des Krieges als tosendes Naturereignis. Die Besonderheit des Verständnisses vom Krieg als ein Naturereignis, ist die Ohnmacht des Menschen, denn die Natur kann durch Menschenhand nicht beeinflusst werden. Die Verwendung dieser Metapher versteht also den Krieg als ein unausweichliches Ereignis, welches von Seiten der Menschen nicht veranlasst oder verhindert werden kann.

Bei der Untersuchung des Materials wurden außerdem immer wieder Vergleiche zwischen dem bevorstehenden Krieg und einer Theateraufführung deutlich. Die amerikanische Presse berichtet beispielsweise von der militärischen Vorarbeit des Krieges und erklärt: „Just South of Iraq, a Dress Rehearsal for Seizing Territory“ (TNYT 18.03.03: A20). Kostümproben oder Generalproben kennt man gemeinhin als Teil der Vorbereitung von Darbietungen – hier wird das „Dress Rehearsal“ in einen anderen Kontext gestellt und deutet die Irakkrise als eine Aufführung, die geprobt werden muss. Einen weiteren Hinweis auf die Vorbereitungen des Krieges gibt die britische Zeitung *The Guardian*. Diese schreibt, die amerikanische Bombe würde ihr „Debüt“ machen – Eine solche Formulierung erinnert an Erstaufführungen im Theater oder an den ersten Auftritt eines Schauspielers. Die britische Presse greift die Kriegsmetapher auch ein weiteres Mal auf, indem sie schreibt: „Campaign to begin with huge air strikes though major UK role will be in ground invasion“ (TG 18.03.03: 6). Diese Überschrift zeigt, dass die Briten „ihre Rolle“ in der Invasion auf dem Land sehen. Wie in einem Theaterstück werden also den verschiedenen Parteien „Rollen“ zugesprochen. Auch *The New York Times* nutzt diesen Frame auf: „U.S. Business Will Get Role in Rebuilding Occupied Iraq“ (TNYT 18.03.03: A18). Wie die Briten haben auch die Amerikaner eine genaue Vorstellung davon, welche „Rolle“, also welche Aufgaben, ihnen innerhalb – und auch nach – der Irakkrise zukommen. Von der SZ wird der Deutungsrahmen ebenfalls angesprochen: Auch hier wird der KRIEG ALS THEATERSTÜCK verstanden, bei dem „[d]ie Weltgemeinschaft auf der Zuschauerbank“ (SZ 18.03.03: 2) sitzt. Und so bezieht auch die Weltbevölkerung ihre „Rolle“ im Sinne eines Publikums. Auch in der Presse Italiens wird diese Metapher unterstützt. Hier findet man immer wieder die Dachzeile „Il retroscena“ (ICdS 18.03.03: 9 etc.). Die „Vorgänge hinter den Kulissen“, wie sie hier bezeichnet werden, beziehen sich auf die Hintergrundberichterstattung zum Irakkrieg und gehen ebenso davon aus, dass der Krieg eine Aufführung ist. Die Bühne, auf welcher der Krieg „aufgeführt“ werden soll, findet ebenfalls Erwähnung. So berichtet *The New York Times*: „Early U.S. Strikes Set the Stage for War“ (TNYT 18.03.03: A14). Die figurative Formulierung für „den Weg bereiten“ unterstützt also ebenfalls das Bild vom Krieg als Theateraufführung. Es scheint, als wären sich die Zeitungen auf internationaler Ebene überwiegend einig: Die Darstellung des Krieges als Aufführung findet außer in der polnischen Presse in jeder anderen untersuchten Tageszeitung Erwähnung. So gibt es Proben, unterschiedliche Rollen, die verteilt werden, sowie Vorgänge hinter und vor den Kulissen, die auf den Irakkrieg 2003 bezogen werden.

Ein letzter zentraler Deutungsrahmen, der sich durch die Vorberichterstattung des Irakkrieges zieht, ist die Verknüpfung der Krise mit spielerischen und sportlichen Ereignissen jeder Art. So spricht die polnische Zeitung von „Kto wygra w rosyjską ruletkę“ und stellt damit die Frage, wer das russische

Roulette gewinnen mag. Das bereits erwähnte Glücksspiel von dem in der amerikanischen Presse die Rede ist, wird von der polnischen Tagespresse sogar als potentiell tödliches Glücksspiel verstanden. Der italienische *Corriere della Sera* schreibt: „Saddam è un pazzo ma deve essere messo fuori gioco in un altro modo“ (ICdS 18.03.03: 10), also „Saddam Hussein ist ein Irrer, aber er muss anders aus dem Spiel genommen werden“. Laut der amerikanischen und polnischen Zeitung werden zudem Regeln erstellt: „New Rule: Inaction Would Be ‘Suicide’“ (TNYP 18.03.03: A14). und: „Po pierwsze, nie zabijaj“ ‘Erstens, töte nicht’ (GW 20.03.03: 7). Hier wird deutlich, dass Regeln sowohl im Spiel, als auch im Krieg, unerlässlich sind – soll doch das Aufstellen von Regeln eine korrekte und faire Handlungsweise garantieren. Mit den Regeln werden Kriterien abgesteckt, die zu befolgen sind. Ein solches Kriterium ist beispielsweise auch die Spielzeit. Diese ist in der folgenden Überschrift von Wichtigkeit: „Ultimo sforzo diplomatico, siamo ai tempi supplementari“ (ICdS 15.03.03: 1), zu Deutsch: „Letzte diplomatische Mühen, wir sind in der Verlängerung“. Eine Verlängerung, also im Sport die zusätzlich erteilte Spielzeit, wird hier auf den Krieg, genauer gesagt auf die diplomatischen Verhandlungen vor dem Krieg, bezogen. Neben Spielregeln gibt es aber auch Spielzüge, die für den Verlauf des Spiels wichtig sind. So wird in Analogie zum Spiel außerdem erklärt: „USA, Blitzkrieg in drei Zügen“, im Original: „Usa: guerra-lampo in tre mosse“ (ICdS 18.03.03: 4). Die Übertragung der Spielzüge auf das Kriegsgeschehen liegt insofern nahe, als dass das Militär ebenfalls Angriffsstrategien entwickelt und praktiziert. Des Weiteren wird in der amerikanischen Tagespresse von „The Bush Team Spirit“ (TNYP 17.03.03: A14) gesprochen. Der Gemeinschaftsgeist von dem hier die Rede ist, ist in den USA seit den Anschlägen vom 11. September 2001 als einigender Patriotismus zu verstehen.

Insgesamt brachte also die Untersuchung der metaphorischen Darstellung des Irakkrieges 2003 in den internationalen Printmedien eine Reihe von interessanten Ergebnissen hervor: Insbesondere die amerikanische, britische und italienische Presse framen den bevorstehenden Krieg am Persischen Golf als gewaltiges Spektakel. Wiederholte Darstellungen machten den Krieg zum kraftvollen Naturereignis, zur Theateraufführung oder zum Spiel. Statt den bevorstehenden Krieg mit Hilfe von Metaphern als einen grausamen Akt der Vergeltung oder als einen nicht legitimierten Angriffsschlag zu deuten, priesen alle untersuchten Printmedien – mehr oder minder intensiv – den Irakkrieg noch vor seinem Ausbruch als Spektakel des noch jungen Jahrhunderts an – eine gigantische Show, die die Weltgemeinschaft zu Schaulustigen degradierte und darauf verzichtete, unabhängig und neutral auf den bewaffneten Konflikt im Irak vorzubereiten, wie es grundsätzlich die Hauptaufgabe der internationalen Medien sein sollte.

Nora Hanusch
Brieske Dorf 12 A
DE-01968 Brieske
norahanusch@aol.de

Literaturangaben

- Brickwedde-Stümpel, Katja / Wienand, Edith (2003), „Der Krieg im Irak im Spiegel der deutschen Presse“, in: Kocks, Klaus et al. (eds.), *Vom gerechten Krieg: Berichterstattung der deutschen Presse zum Irak-Krieg*, 17-65, Münster: Lit Verlag.
- Bussemer, Thymian (2003), „Medien als Kriegswaffe: Eine Analyse der amerikanischen Militärpropaganda im Irak-Krieg“, *Aus Politik und Zeitgeschichte* 49-50: 20-28.
- Kellner, Douglas (2005), *Media Spectacle and the Crisis of Democracy: Terrorism, War and Election Battles*, Boulder: Paradigm Publishers.
- Lakoff, George / Dean, Howard / Hazen, Don (2004), *Don't think of an elephant! Know your values and frame the debate; the essential guide for progressives*, White River Junction, Vt: Chelsea Green Pub. Co.

- Lakoff, George / Wehling, Elisabeth (2009), *Auf leisen Sohlen ins Gehirn: Politische Sprache und ihre heimliche Macht*, Heidelberg: Carl-Auer-Verlag.
- Lehmann, Ingrid A. (2005), "Exploring the Transatlantic Media Divide over Iraq: How and Why U.S. and German Media Differed in Reporting on UN Weapons Inspections in Iraq, 2002-2003", *The Harvard International Journal of Press/Politics* 10.1: 63-89.
- Miller, David (2004), *Tell Me Lies: Propaganda and Media Distortion in the Attack on Iraq*, London: Pluto Press.
- Müller, Harald (2003), "Demokratie, Medien und Krieg", in: Wiedemann, Dieter / Lauffer, Jürgen (ed.), *Die medialisierte Gesellschaft. Beiträge zur Rolle der Medien in der Demokratie*, 57-73, Bielefeld: Bundeszentrale für politische Bildung.
- Rampton, Sheldon / Stauber, John (2003), *Weapons of Mass Deception: The Uses of Propaganda in Bush's War on Iraq*, New York: Tarcher/Penguin.
- Senge, Peter M. (1990), *The Fifth Discipline: The Art and Practice of the Learning Organization*, New York: Doubleday.