**UTE DANIEL, JÖRN LEONHARD,
MARTIN LÖFFELHOLZ**

Militär und Medien im 20. Jahrhundert

Einleitung

Ute Daniel, Jörn Leonhard und Martin Löffelholz

Militär und Medien im 20. Jahrhundert

Im Frühsommer 1941 freuten sich die Mitarbeiter des britischen Ministry of Information (MoI) über eine der damals seltenen Gelegenheiten, einen militärischen Erfolg im Krieg gegen Deutschland vermelden zu können: Die britische Flotte hatte Ende Mai das deutsche Kriegsschiff *Bismarck* versenkt. Allerdings stellte sich heraus, dass die Royal Navy es unterlassen hatte, das sinkende feindliche Schiff zu fotografieren – der Untergang eines guten Schiffes, so der Verbindungsmann für die Marine im MoI, ein pensionierter Seeoffizier, sei nichts, was die Navy gern fotografiere¹.

In dieser kleinen Episode ist exemplarisch der unterschiedliche Stellenwert eingefangen, den Publizität (in diesem Fall visueller Art) aus der Sicht des Informationsministeriums bzw. derjenigen der Admiralität hatte. Darüber hinaus drückt sich in ihr aus, wie überraschend anders die Wertorientierung eines Offiziers gegenüber derjenigen von Zivilisten sein konnte – selbst dann, wenn es um ein für beide Seiten gleichermaßen erfreuliches Ereignis und um die simple Frage ging, wie man dies der Presse am besten anbot. Im Kleinen finden sich hier zwei der wichtigsten Fragestellungen wieder, die im Großen Gegenstand dieses Themenheftes zu Medien und Militär im 20. Jahrhundert sind: Welchen Stellenwert haben Medien und Publizität für das Militär, und wie verändert er sich im Verlauf des Jahrhunderts? Wie ähnlich oder verschieden ist die Art und Weise, in der sich die unterschiedlichen nationalen Militärs in den Mediengesellschaften des 20. Jahrhunderts zurechtfinden (oder auch nicht)? Wo und warum ergeben sich zwischen Politikern und militärischem Führungspersonal verschiedener Länder zu verschiedenen Zeitpunkten Unterschiede in den Wahrnehmungen der Medien? Resultierten mögliche Unterschiede aus den Spezifika der Institution Militär oder waren sie Folgen soldatischer Werthaltungen und Erfahrungshorizonte, strategisch-taktischer Erfordernisse von Kriegshandlungen, politisch-gesellschaftlicher oder kultureller Kontexte des jeweiligen Landes, eines speziellen Bildes von den Medien oder ergaben sie sich aus ganz anderen Zusammenhängen?

Auf den ersten Blick mögen derartig grundständige Fragestellungen unterkomplex wirken – gibt es doch einen überwältigend umfangreichen internationalen Forschungsstand zu vielen Einzelthemen, die durch sie angerissen werden, also etwa zur militärischen Propagandapolitik in Kriegszeiten – insbesondere der Epo-

¹ Harold Nicolson, *Diaries and letters 1939–1945*. Ed. by Nigel Nicolson, London 1967, S. 171 (Eintrag vom 10.6.1941). Bei dem genannten Verbindungsoffizier handelte es sich um Lieutenant General William H.L. Tripp.

² Vgl. zu diesem Kontext Jörn Leonhard, *Integrationserwartungen und Desintegrationserfahrungen: Empire und Militär in der Habsburgermonarchie und in Großbritannien vor 1914*. In: *Perspektiven der Militärgeschichte. Raum, Gewalt und Repräsentation in historischer Forschung und Bildung*. Hrsg. von Jörg Echternkamp, Wolfgang Schmidt und Thomas Vogel, München 2010 (= Beiträge zur Militärgeschichte, 67), S. 149–164.

che der Weltkriege³ –, im und nach dem Kalten Krieg⁴, zur Frontberichterstattung in Geschichte und Gegenwart⁵ und der Zensur⁶, zur Nutzung der visuellen und der neuen elektronischen Medien für die militärische Selbstdarstellung und Rekruten- und Freiwilligenwerbung⁷ oder zu bestimmten Institutionen militärischer Medien- und Informationspolitik⁸. Schon für einzelne Länder, und erst recht für

- 3 Hier wie im Folgenden kann die Fülle der Einzeltitel nur exemplarisch angedeutet werden. Vgl. u.a. J.M. McEwen, »Brass Hats« and the British press during the First World War. In: *Canadian Journal of History*, 18 (1983), S. 43–67; Daniel C. Hallin, *The »uncensored war«. The media and Vietnam*, New York 1985; Gadi Wolfsfeld, *Media and political conflict*, Cambridge 1997; Susan L. Carruthers, *The media at war. Communication and conflict in the Twentieth Century*, Basingstoke 1999; Mark Cornwall, *The undermining of Austria-Hungary. The battle for hearts and minds*, Basingstoke 2000; Gerhard Paul, *Bilder des Krieges – Krieg der Bilder. Die Visualisierung des modernen Krieges*, München [u.a.] 2004; *Medialisierte Kriege und Kriegsberichterstattung*, Themenheft Medien & Kommunikationswissenschaft, 53 (2005), 2/3; *Les médias et la guerre*. Ed. par Hervé Coutau-Bégarie, Paris 2005; Michael S. Sweeney, *The military and the press. An uneasy truce*, Evanston 2006; Anne Schmidt, *Belehrung – Propaganda – Vertrauensarbeit*. Zum Wandel amtlicher Kommunikationspolitik in Deutschland 1914–1918, Essen 2006; Thomas Rid, *War and media operations. The US-Military and the press from Vietnam to Iraq*, London 2007; Anton Holzer, *Die andere Front. Fotografie und Propaganda im Ersten Weltkrieg*, Darmstadt 2007; Daniel Uziel, *The propaganda warriors. The Wehrmacht and the consolidation of the German home front*, Oxford 2008.
- 4 Nancy Ethiel, *The military, the media, and the administration. An irregular triangle*, Chicago, IL 2002; *Information Operations. Warfare and the hard reality of soft power*. A textbook produced in conjunction with the Joint Forces Staff College and the National Security Agency. Ed. by Leigh Armistead, Washington, DC 2004; Paul et Marie-Catherine Villatoux, *La République et son armée face au »péril subversif«*. *Guerre et action psychologiques (1945–1960)*, Paris 2005; Yehiel Limor and Hillel Nossek, *The military and the media in the Twenty-First Century. Towards a new model of relations*. In: *Israel Affairs*, 12 (2006), 3, S. 484–510; Moritz Feichtinger und Stephan Malinowski, *Konstruktive Kriege? Rezeption und Adaption der Dekolonisationskriege in westlichen Demokratien*. In: *Geschichte und Gesellschaft*, 37 (2011), 2, S. 275–305.
- 5 Mark Pedelty, *War stories. The culture of foreign correspondents*, New York [u.a.] 1995; *Krieg als Medienereignis*, Bd 2: *Krisenkommunikation im 21. Jahrhundert*. Hrsg. von Martin Löffelholz, Wiesbaden 2004; Martin Löffelholz, *Kriegsberichterstattung in der Mediengesellschaft*. In: *Aus Politik und Zeitgeschichte* 16–17/2007, 16.4.2007, S. 25–31; *Augenzeugen. Kriegsberichterstattung vom 18. zum 21. Jahrhundert*. Hrsg. von Ute Daniel, Göttingen 2006; Thomas Kubetzky, »The Mask of Command«. Bernard L. Montgomery, George S. Patton und Erwin Rommel in der Kriegsberichterstattung des Zweiten Weltkriegs, 1941–1944/45, Berlin 2010.
- 6 *Militär und Innenpolitik im Weltkrieg 1914–1918*. 2 Bde. Bearb. von Wilhelm Deist, Düsseldorf 1970; Yehiel Limor and Hillel Nossek, *Military censorship in Israel. Anachronism in a changing world or modern model of coexistence between press and government in a democracy*. In: *Leipziger Jahrbuch zur Buchgeschichte*, 5 (1995), S. 281–302; Nicholas Wilkinson, *Secrecy and the media. The official history of the United Kingdom's D-Notice system*, London 2009.
- 7 *Krieg und Militär im Film des 20. Jahrhunderts*. Hrsg. von Bernhard Chiari, Matthias Rogg und Wolfgang Schmidt, München 2009 (= Beiträge zur Militärgeschichte, 59); Stefan Werning, *Real wars on virtual battlefields. The convergence of programmable media at the military-civilian margin*, Bielefeld 2009.
- 8 Wilhelm Deist, *Flottenpolitik und Flottenpropaganda. Das Nachrichtenbureau des Reichsmarineamtes 1897–1914*, Stuttgart 1976 (= Beiträge zur Militär- und Kriegsgeschichte, 17); Philippe Ratte et Jean Thyraud, *Armée et communication. Une histoire du SIRPA*, [Paris] 1989; Frédéric Guelton, *Psychologische Kriegführung und Suezkrise. Das 5. Bureau der Force A bei der französisch-britischen Intervention in Ägypten*. In: *Das internationale Krisenjahr 1956. Polen, Ungarn, Suez*. Hrsg. von Winfried Heinemann und Norbert Wiggershaus, München 1999 (= Beiträge zur Militärgeschichte, 48), S. 235–256;

die trans- oder internationale Ebene ist der Forschungsstand kaum mehr überschaubar. Wenn er es dennoch nicht erlaubt, Fragen wie die oben skizzierten zu beantworten, liegt dies vor allem daran, dass es den überwiegend auf einen Krieg und/oder ein einziges Land beschränkten Analysen an Kontextualisierungen fehlt, also an der Einbindung in größere Zusammenhänge chronologischer, thematischer oder systematischer Art.

Vor diesem Hintergrund sind die vier übergeordneten Ziele des hier vorgestellten Untersuchungsprojekts zu verstehen. Es bedarf *erstens* eines komparativen Vorgehens: Synchrone Vergleiche sind nötig, um die militärischen Medienbeziehungen zu einem bestimmten Zeitpunkt danach befragen zu können, inwieweit sie durch nationale oder durch militärische Spezifika geprägt und erklärbar sind. Es bedarf zugleich diachroner Vergleiche, um den Wandel und die Kontinuitäten im Verhältnis zwischen dem Militär und den Medien zu analysieren – und hier wiederum ist es erforderlich, die immer noch existierenden Barrieren und Verständnisschwierigkeiten zwischen Geschichts- und Kommunikationswissenschaft anzugehen, die bislang verhindern, dass diese Disziplinen, deren einschlägige Gegenstandsgebiete sich hinsichtlich der Analyse der jüngeren Kriegs- und Militärgeschichte intensiv verschränken, voneinander lernen können. Während die Kommunikationswissenschaft historische Studien zu militärischen Medienbeziehungen bislang nur unzureichend wahrgenommen hat⁹, nutzt die Geschichtswissenschaft bisher kaum theoretische und empirische Erkenntnisse aus kommunikationswissenschaftlichen Analysen. Dieser Zusammenfügung und Kooperation der beiden Disziplinen sind das Themenheft und das dahinter stehende Forschungsprojekt gewidmet.

Zum *zweiten* benötigt die Geschichte der militärischen Medienbeziehungen eine erfahrungsgeschichtliche Kontextualisierung¹⁰: Institutionen, Strategien und Praktiken des auf Medien bezogenen Handelns entstehen, verändern oder verfestigen sich in individuellen, mitunter generationellen Akteurszusammenhängen, in welchen der Umgang mit Erfahrungen – etwa aus früheren Kriegen oder mit dem aktuellen Gegner – eine nicht zu vernachlässigende Rolle spielt. Ein für das Thema besonders bedeutsamer Aspekt der militärischen Erfahrungshorizonte ist die Frage, welchen Einfluss sie auf die Vorstellungen davon haben, was Medien eigentlich bewirken. Die Geschichte der Medienwirkungsvorstellungen, die erst in Ansätzen existiert¹¹, hat herausgearbeitet, dass der Erste Weltkrieg als ganz entscheidende

Andrew Defty, Britain, America and Anti-Communist propaganda 1945–1953. The Information Research Department, London, New York 2004.

⁹ Eine Ausnahme sind die Arbeiten von Michael Kunczik. Vgl. u.a. Michael Kunczik, Die Privatisierung der Kriegspropaganda. Öffentlichkeitsarbeit in Kriegszeiten von der Revolution 1776 bis zum Irak-Krieg 2003. In: Krieg als Medienereignis, Bd 2 (wie Anm. 5), S. 81–98.

¹⁰ Siehe hierzu u.a. Jörn Leonhard, Von den Sprachen der Politik und den Grenzen der Übersetzbarkeit: Methodik und Herausforderung einer europäischen Erfahrungsgeschichte. In: Deutsch-französische Berührungs- und Wendepunkte. Zwanzig Jahre Forschung, Lehre und öffentlicher Dialog am Frankreich-Zentrum. Hrsg. von Rolf G. Renner und Fernand Hörner, Freiburg i.Br. 2009, S. 407–420; Jörn Leonhard, Erfahrungsgeschichten der Moderne: Von der komparativen Semantik zur Temporalisierung europäischer Sattelzeiten. In: Begriffene Geschichte – Beiträge zum Werk Reinhart Kosellecks. Hrsg. von Hans Joas und Peter Vogt, Frankfurt a.M. 2011, S. 423–448.

¹¹ Zu den wenigen vorliegenden Arbeiten zur Wahrnehmungsgeschichte der Medien(wirkungen) gehören u.a. John Durham Peters, Satan and savior. Mass communication in progressive thought. In: Critical Studies in Mass Communication, 6 (1989), 3, S. 247–263; John Durham Peters, Speaking into the air. A history of the idea of commu-

Zäsur wirkte. Sie war auch für die militärischen Führungen bedeutsam: Die Jahre 1914–1918 brachten eine überaus starke Annahme über die Wirkung von Medien hervor, die bekanntlich nach 1918 in Deutschland mit der »Dolchstoßlegende« verschmolz und dem medialen feindlichen Einfluss von innen und außen, damals meist unter dem Begriff der »Propaganda« verhandelt, eine entscheidende Rolle für die deutsche Niederlage zumaß.

Diese erfahrungsgeschichtlichen Zusammenhänge müssen für die militärischen Akteure noch aufgearbeitet, vor allem aber ihrerseits kontextualisiert werden. Denn – dies ist die *dritte Ebene*, auf der die Geschichte militärischer Medienbeziehungen in größere Zusammenhänge gestellt werden muss – was es tatsächlich heißt, dass seit 1914–1918 auch in den Militärs aller Länder zunehmend von der Bedeutung der Propaganda, von der Notwendigkeit publizistischer Aktivitäten und Kontrollen die Rede war, ist erst noch zu klären. Zu diesem Zweck müssen die medienbezogenen Strategien, Absichten und Institutionen der Militärs im Zusammenhang mit anderen militärischen Strategien, Absichten und Institutionen untersucht werden. Sonst drohen perspektivische Verzerrungen, welche die Bedeutung der Medien überschätzen, weil gar nicht erst danach gefragt wird, ob eine aktive militärische Medienpolitik zu einem bestimmten Zeitpunkt mehr war als eine flankierende Maßnahme – weil etwa, wie im Stellungskrieg des Ersten Weltkriegs, operativ nichts mehr voranging oder sich militärische Führungen deswegen verstärkt medienpolitisch betätigten, weil sie Macht- und Deutungskonkurrenzen mit der jeweiligen politischen Führung auskämpften.

Die vorliegende Literatur zum Themenfeld Krieg und Medien zeichnet sich vielfach durch eine gewisse inhärente, selten reflektierte Tendenz aus, die Rolle der Medien in Kriegszusammenhängen als entscheidend einzuschätzen. Das dürfte nicht zuletzt damit zusammenhängen, dass diese Literatur bis heute oft von Journalisten verfasst ist¹², vor allem auf journalistische Erfahrungsberichte zurückgreift oder sich primär auf die Medien als Untersuchungsgegenstand konzentriert. Dieser *bias*, mit dem sich die wissenschaftliche Analyse auseinandersetzen muss, hat noch eine weitere Auswirkung auf das Untersuchungsfeld Militär und Medien, die potenziell erkenntnisverstellend ist: Aus der journalistischen Perspektive, also insbesondere aus der Sicht der Kriegsberichterstatter und ihrer Selbstdarstellungen, korrespondiert die Beziehung zwischen Militär und Medien in Kriegszeiten oft mit der großen Erzählung der Medien seit der Aufklärung: nämlich einer Geschichte, in der die auf Arkanwissen und Geheimhaltung setzende (militärische) Obrigkeit die im Dienst der Aufklärung tätigen Medienakteure zu kontrollieren und zu be-

nication, Chicago, IL 2000; Mark Hampton, *Visions of the press in Britain, 1850–1950*, Urbana, Chicago, IL 2004; Thymian Bussemer, *Propaganda: Konzepte und Theorien*, 2., überarb. Aufl., Wiesbaden 2008; Corey Ross, *Mass politics and the techniques of leadership: The promise and perils of propaganda in Weimar Germany*. In: *German History*, 24 (2006), S. 184–211; Ute Daniel, *Suggestive Experten. Zur Etablierung der US-amerikanischen Medienforschung in den 1930er–1950er Jahren*. In: *Berichte zur Wissenschaftsgeschichte*, 30 (2007), 3, S. 183–198; Ute Daniel, *Die Geburt der Medientheorie aus dem Geist der Propaganda. Entstehungskontexte der Medienforschung in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts*. In: *Wissenschaften im 20. Jahrhundert. Universitäten in der modernen Wissenschaftsgesellschaft*. Hrsg. von Jürgen Reulecke und Volker Roelcke, Stuttgart 2008, S. 55–77.

¹² Das wohl meistzitierte Werk zur Geschichte der Kriegsberichterstattung z.B. stammt von einem Journalisten: Phillip Knightley, *The first casualty: The war correspondent as hero and myth-maker from the Crimea to Iraq*, Baltimore, MD [u.a.] 2004.

lügen versucht, während diese darum bemüht sind, die »kritische Wahrheit« herauszufinden und in der Öffentlichkeit durchzusetzen. Diese große Erzählung betont dementsprechend stärker das Moment der Kontrolle und Zensur (bzw. dessen mehr oder weniger erfolgreiche Umgehung) als alternative Charakteristika der Beziehungen zwischen Militär und Medien. Eine *vierte Ebene* verstärkter Kontextualisierung ist also erforderlich, auf der danach gefragt werden kann, inwiefern es weitere Momente dieser Beziehung gibt, die anders gelagert sind als durch solche Narrative nahegelegt – etwa solche des wechselseitigen Einverständnisses, des Aufeinander-Angewiesenseins für das jeweilige berufliche Vorankommen, der Selbstzensur etc.

Diese hier skizzierten Fragen lassen sich nicht allein mit einem einzigen disziplinären Ansatz beantworten. Daraus resultiert die bewusste und zielgerichtete Verknüpfung geschichtswissenschaftlicher und kommunikationswissenschaftlicher Ansätze, welche die besondere Innovation des hier vorzustellenden Forschungsprojekts ausmacht. Neben der systematischen Integration relevanter Studien aus der jeweils anderen Disziplin ermöglicht die mehrjährige Zusammenarbeit von Wissenschaftlerinnen und Wissenschaftlern der Geschichts- und der Kommunikationswissenschaft insbesondere eine Auseinandersetzung mit den und die (partielle) Zusammenführung der jeweiligen methodologischen Perspektiven beider Disziplinen. Darüber hinaus profitiert das Gesamtvorhaben von der intensiven Diskussion zentraler Begriffe, die in dem vorliegenden Themenheft bereits deutlich und im Internetauftritt des Forschungsprojekts dokumentiert wird¹³. Nicht zuletzt der hier verwendete Leitbegriff der militärischen Medienbeziehungen, der kommunikationswissenschaftliche Ansätze aus der Organisationskommunikationstheorie und geschichtswissenschaftliche Prämissen der Erfahrungsgeschichte zusammenführt, belegt die besondere Fruchtbarkeit der Kooperation. Mit dem Begriff der militärischen Medienbeziehungen bezeichnen wir sämtliche Informations- und Kommunikationsaktivitäten von Streitkräften bzw. von militärischen Organisationen, die auf die (Massen-)Medien und ihre Akteure gerichtet sind. Dabei folgen wir organisationskommunikationstheoretischen Überlegungen, nach denen zum Verständnis der Beziehungen von Organisationen und Medien sowohl externe (u.a. Public Relations), als auch interne Kommunikationsprozesse (u.a. Mitarbeiterkommunikation) berücksichtigt werden müssen¹⁴. Als ein integraler Teil militärischer Medienbeziehungen wird von uns neben der aktivisch-praktischen und institutionellen Komponente die Ebene der Wahrnehmungen und Deutungen betrachtet, welche die militärischen Akteure – als Bestandteile der militärischen Kultur, zu der sie gehören, als eigene oder tradierte Erfahrungstatsachen oder als Zeitgenos-

¹³ Siehe die Homepage des laufenden DFG-finanzierten Projekts, das von Ute Daniel, Braunschweig, Jörn Leonhard, Freiburg, und Martin Löffelholz, Ilmenau, geleitet wird, unter <http://milmed.gibs.info/index.php?id=1391>.

¹⁴ Vgl. zur Kommunikationsanalyse von Organisationen die grundsätzlichen Überlegungen von Anna Maria Theis, Organisationskommunikation. Theoretische Grundlagen und empirische Forschungen, Opladen 1994; Anna Maria Theis-Berglmair, Organizational Communication and Public Relations: A Conceptual Framework for a Common Ground. In: Public Relations Research. European and International Perspectives and Innovations. Ed. by Ansgar Zerfaß, Bettke von Ruler and Krishnamurthy Sriramesh, Wiesbaden 2008, S. 66–96, sowie Karlene Roberts, Charles A. O'Reilly, Gene E. Bretteon und Lyman W. Porter, Organization theory and organizational communication: A communication failure? In: Human Relations, 27 (1977), 5, S. 501–524.

sen ihrer jeweiligen Gegenwart – von den Massenmedien, ihren Wirkungen, Gefahren oder von den Chancen haben, die sie bieten.

Für die Auswahl der in diesem Themenheft behandelten Fälle und Untersuchungszeiträume gilt zunächst, dass damit das 20. Jahrhundert möglichst weitgehend abgedeckt werden soll, um einerseits die »longue durée« der Medien-Militär-Beziehungen in den Blick nehmen zu können und auch über die in der politischen und Mediengeschichte verbreiteten Zäsuren 1945 und 1989 hinauszugehen und andererseits zumindest exemplarisch auch synchrone Vergleiche zu ermöglichen. Ausdrücklich werden zudem sowohl Kriegssphasen als auch Perioden außerhalb von Kriegen behandelt, um die Fixierung der bisherigen Forschungen auf die journalistische Frontberichterstattung und deren militärischer Regulierung aufzubrechen. Schließlich konzentriert sich die Untersuchung zwar auf die westeuropäischen Gesellschaften Deutschlands, Großbritanniens und Frankreichs, doch wird durch die Einbeziehung Israels sowie der britischen und französischen Kolonialgebiete einer europazentrischen Sicht vorgebeugt. Gerade hier zeigt sich, dass und wie der Zusammenhang zwischen Medien und Militär über die engeren europäischen Erfahrungsräume hinausweist. Zumal die Einbeziehung Israels mit seiner besonders engen Beziehung und Vernetzung zwischen Militär und Zivilgesellschaft ermöglicht eine heuristische Distanzierung gegenüber den anderen Vergleichsfällen. Schließlich liegt der Auswahl der Fälle der Versuch zugrunde, verschiedene Kriegstypen – von der Phase der Weltkriege über Kolonial- und Dekolonialisierungskriege bis hin zu den asymmetrischen Kriegen der Gegenwart – und unterschiedliche Militär-, Gesellschafts- und Mediensysteme zu untersuchen und dabei auch den Wandel massenmedialer Infrastrukturen von der Zeit der Massenpresse über die Radio, Kino- und Fernsehzeit bis in die Gegenwart mit ihren durch Satellitenverbindungen und Internet beschleunigten, vermehrten und interaktiven Medien zu berücksichtigen.

In Anlehnung an die oben skizzierten vier allgemeinen Ziele lassen sich die übergeordneten Leitfragen der einzelnen Untersuchungen entwickeln. Auf der Ebene des Vergleichs ist nach der diachronen und synchronen Differenzierung der Kontexte, Strukturen und Erfahrungszusammenhänge zu fragen, welche die wechselseitigen Beziehungen zwischen Militär und Medien im 20. Jahrhundert prägten. Daraus resultieren die komparativen Leitfragen, welche Veränderungen sich im Laufe des 20. Jahrhunderts im Denken und Handeln der verschiedenen nationalen Militärs unter den Bedingungen von Mediengesellschaften und deren Veränderungen in verschiedenen Gesellschaften ergaben und wie diese zu erklären sind? Spricht der Vergleich in seiner diachronen und synchronen Perspektive eher für eine Konvergenz oder eine Divergenz der Entwicklungen?

Diese Fragekomplexe lenken den Blick bereits auf die Bedeutung der verschiedenen Kontextbedingungen militärischer Medienbeziehungen sowie auf die Systematisierungs- und Vergleichsdimensionen, die sich aus ihnen ergeben. In diesen Zusammenhang gehört auch die Perspektive der Transfer- und Verflechtungsgeschichte: In welchem Verhältnis standen nationale Spezifika der Militär-Medien-Interrelationen zu transnationalen Transferprozessen? Wo lässt sich von einer militärisch-medialen *histoire croisée* sprechen? Wann und warum wurden militärische Vorstellungen und Praktiken von Medienstrategien von anderen Ländern adaptiert? In welchem Verhältnis stand die Internationalisierung der Medienlandschaften und der Berichterstattung zu Wandel und Kontinuität einzelstaatlicher und transnationaler militärischer Medienstrategien und -praktiken?

Hinsichtlich der zentralen Kategorie der Erfahrungen ist nach dem Verhältnis zwischen tradierten medienbezogenen Erfahrungen und neuen Erfahrungen in Kriegen zu fragen. Welche Rolle spielten dabei besondere militärische Traditionen (z.B. Wehrpflicht vs. Berufs- bzw. Freiwilligenarmee oder Fragen der militärischen Kultur) und Routinen etwa im Blick auf Zensur- und Kontrollpraktiken gegenüber den Medien? Wann und warum veränderten sie sich? Welche individuellen Erfahrungen von militärischen Akteuren mit Kriegsberichterstattem und Medienvertretern hatten weitergehende Folgen? Welche Erfahrungen lassen sich mit dem Wandel militärischer Medienstrategien in Zusammenhang bringen? Erlaubt der Blick auf verschiedene Kriegserfahrungen auch eine Differenzierung der militärischen Medienstrategien? Welche Erfahrungen aus vergangenen Kriegen wurden langfristig prägend, welche nicht, und warum?

Im Blick auf die genauere Kontextualisierung von Medien und Militär im diachronen Wandel und in der synchronen Vielfalt von Erfahrungsräumen ist zu fragen, wann und warum sich Strukturbedingungen der medialen Repräsentation von Kriegen veränderten und welche Rolle dabei das Militär spielte? Was an diesen Prozessen war medien-, was war militärspezifisch? Wie stellten sich militärische Anverwandlungsprozesse gegenüber den Medien und umgekehrt dar, und was sagen sie aus über die Spezifik der Beziehungen zwischen Medien und Militär? Wann und warum entwickelte sich eine proaktive militärische Medienpolitik? Lässt sich überhaupt von einer spezifischen Militär-Medien-Relation sprechen oder ist eher von einem Dreiecksverhältnis zwischen Militär, Medien und Politik auszugehen?

Schließlich ist die besondere Interrelation der Beziehung zwischen Medien und Militär in den Blick zu nehmen: Welche Unterschiede und Gemeinsamkeiten, welche Synergieeffekte und Kollisionen gab es zwischen den militärischen und den politischen Medienstrategien? In welchem Verhältnis standen Zensur- und Kontrollmaßnahmen gegenüber den Medien zu anderen Medienstrategien (Pool-System, Einbettung, aktive Informationspolitik)? In welchem Verhältnis stand die militärische Aufmerksamkeit gegenüber der Frontberichterstattung zu derjenigen, die der Informationspolitik gegenüber der Heimatbevölkerung oder Drittstaaten gewidmet wurde? Wie gestalteten sich die Interaktionspraktiken zwischen Militär- und Medienvertretern und welchem Wandel unterlagen sie? Welche Akkreditierungs- und Ausschlusspraktiken gegenüber Medienvertretern lassen sich differenzieren? Wie reflektierten die unterschiedlichen nationalen Militärs ihre Medienstrategien rückblickend? Was bedeuteten die Medien und Mittel, diese zu beeinflussen, in Nichtkriegszeiten?

In den Beiträgen dieses Bandes werden diese Fragen in verschiedener Weise und mit unterschiedlichen Schwerpunkten adressiert. *Christian Götter* untersucht die Medienbeziehungen des britischen und deutschen Militärs in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts. Den militärischen Führungseliten in Großbritannien und Deutschland erschienen die Medien bereits am Anfang des 20. Jahrhunderts als »zweischneidiges Schwert«. Sie galten, wie Götter überzeugend herausarbeitet, zwar einerseits als wichtige Nachrichtenquellen, gleichzeitig aber auch als Risiken, die den jeweiligen Geheimhaltungsbedürfnissen entgegenstanden. Vor Beginn des Ersten Weltkriegs verfolgten sowohl das britische als auch das deutsche Militär insgesamt einen reaktiven Ansatz gegenüber den nationalen Medien. Allerdings fanden sich in beiden Ländern bereits in dieser Zeit Beispiele für eine gewisse aktive Gestaltung ihrer militärischen Medienbeziehungen. In Deutschland ging das

1897 gegründete Nachrichtenbüro des Reichsmarineamtes bei der Popularisierung der Flottenrüstung aktiv vor. In Großbritannien setzte das War Office seit 1913 private Werbeagenturen ein, um seine Rekrutierungsbemühungen zu unterstützen.

Nach und nach veränderten die Militärs beider Länder freilich ihre Ansätze zur Gestaltung militärischer Medienbeziehungen. Der Erste Weltkrieg stellte in dieser Hinsicht eine Zäsur dar: Der festgefahrene Stellungskrieg war bis 1918 militärisch nicht zu beenden; gleichzeitig drohten Soldaten wie Zivilbevölkerungen kriegsmüde zu werden. In dieser Situation setzten die Militärführungen, ebenso wie die Politik, ihre Hoffnungen auf »Propaganda«, also den verstärkten Medieneinsatz. Nach dem Krieg ging die Unterstützung für die medienbezogenen Aktivitäten der Streitkräfte beider Länder zurück – vor allem aus finanziellen Gründen. Hoch blieben jedoch die Erwartungen an die Wirkung von Massenmedien – wenn auch zu keinem Zeitpunkt hoch genug, um die absolute Priorität militärischer Mittel als Weg zum Sieg in heißen wie in kalten Kriegen zu erschüttern.

Julia Heinemann schließt zeitlich an die Weltkriegszeit an. Sie richtet ihre Aufmerksamkeit auf die Medienbeziehungen des französischen Militärs zwischen 1945 und 1962, die vor allem von den Dekolonialisierungskriegen in Indochina und Algerien geprägt wurden. Um die militärischen Einsätze zunächst in Indochina (1945–1954) und später in Algerien (1954–1962) zu rechtfertigen, kam das zuvor stets als »große Stumme« geltende französische Militär nicht umhin, eigene Medienstrategien zu entwickeln und eine eigene Medienarbeit zu betreiben. Waren die Beziehungen von Militär und Medien zuvor vor allem durch das Bemühen um Informationskontrolle und Geheimhaltung charakterisiert, entwickelten die französischen Streitkräfte nach und nach einen aktiveren Ansatz zur Gestaltung ihrer Medienbeziehungen. Neben klassischer Zensur versuchte das Militär nunmehr zusätzlich, durch diverse Maßnahmen Einfluss auf die eigenen Truppen und die eigene Bevölkerung, die jeweiligen Kriegsgegner und die internationale Öffentlichkeit zu nehmen.

Dabei dienten keineswegs nur die Erfahrungen des eigenen Militärs, etwa während des Zweiten Weltkriegs, als Ausgangspunkt für Lernprozesse und Innovationen. Wie *Julia Heinemann* ausführt, animierte insbesondere die Beobachtung der kommunikativen Aktivitäten der Viet Minh die französischen Truppen vor Ort zum Ausbau ihrer Bemühungen, die Bevölkerung in den Einsatzgebieten, aber auch gegnerische Truppen mit Hilfe von Flugblättern und anderen Medienangeboten zu erreichen. Die relative Bedeutung der psychologischen Kriegsführung für die französische Niederlage in Indochina ist schwer zu ermessen. Die Analyse der von den Viet Minh realisierten Kommunikationsaktivitäten sowie die eigenen Erfahrungen während des Indochina-Krieges lieferten dem französischen Militär aber in jedem Fall entscheidende Anregungen zur Weiterentwicklung ihrer psychologischen Kriegsführung, die während des Algerienkrieges auch umgehend genutzt wurden.

Bastian Herbst beschäftigt sich in seinem Aufsatz ebenfalls mit dem französischen Militär der 1950er Jahre, richtet den Fokus aber auf dessen Medienbeziehungen im Kontext der Suezkrise 1956. Um eine vergleichende Perspektive zu ermöglichen, analysiert er zudem die Beziehungen der britischen Streitkräfte zu den Medien in dieser von ihm als »Brennglas« verstandenen besonderen Konfliktphase. Die Suezkrise, so *Herbst*, sei ein wichtiges Beispiel für einen Konflikt, in »dessen Verlauf die gewachsene Bedeutung der nationalen und transnationalen medialen Öffentlichkeiten deutlich wurde«. So wurden die militärischen Medienbezie-

hungen Frankreichs und Großbritanniens in dieser Zeit nachhaltig von öffentlichen Protesten der eigenen Bevölkerungen gegen den Krieg, der wachsenden Bedeutung des Fernsehens und – speziell in Großbritannien – einer Distanzierung der BBC von der britischen Regierung geprägt. Zudem verweist die Analyse auf die wachsende Bedeutung transnationaler Öffentlichkeiten, die zur Mobilisierung internationaler Unterstützung von den verschiedenen Konfliktparteien adressiert und damit selbst zum Austragungsort von Auseinandersetzungen wurden, wie etwa die internationalen Medienkampagnen des Nasserregimes demonstrierten.

Dass die eingesetzten kommunikativen Maßnahmen letztlich als gescheitert eingeschätzt wurden, beruhte, wie Herbst detailliert darlegt, auf einer Reihe von organisatorisch-praktischen Fehlentscheidungen, die die ohnehin schwierige Legitimation der britisch-französischen Suezaktion noch unterstrichen. Insgesamt zeigt die Analyse der militärischen Medienbeziehungen während der Suezkrise, dass sich die Streitkräfte beider Länder nur zögerlich der Dynamik einer sich globalisierenden Medienlandschaft zu öffnen vermochten.

Johannes Kaufmann wendet sich in seinem Beitrag einem Land zu, in dem die Verbindungen zwischen Militär und Medien von Beginn an besonders eng waren. Er analysiert die Beziehungen der israelischen Militärführung zu den Medien zwischen 1956 und 1977. In der Frühphase des Staates waren die militärischen Medienbeziehungen größtenteils restriktiv ausgerichtet. Neben klassischen Zensurmaßnahmen traf sich das Militär regelmäßig mit führenden Journalisten, um sie mit Informationen zu versorgen, die nicht veröffentlicht werden sollten. Diese Kooperation von Militär und Medien war weitgehend akzeptiert, weil die auf diese Weise mit in die Verantwortung genommenen Herausgeber und Redakteure sich »an eine nationale Pflicht gebunden« fühlten. Mit der politischen Pluralisierung Israels seit Mitte der 1960er Jahre kam es zu einer gewissen Öffnung des Militärs gegenüber den Medien – insbesondere weil sich die Militärführung über die Medien sicherheitspolitisch gegenüber den Vorgaben von Regierung und Parteien positionieren wollte.

In der Folge des Jom-Kippur-Kriegs von 1973 kam es zu einer Wende in den militärischen Medienbeziehungen: In seinem Verlauf hatten die engen Kontakte zwischen Militärkorrespondenten und Soldaten die Verbreitung unrealistischer Lagebeurteilungen und übersteigerter Selbstreklame hoher Offiziere befördert. Wie Johannes Kaufmann erläutert, definierten Journalisten ihre Rolle in der Gesellschaft neu, die Medien lösten sich langsam von Regierung und Militär und sahen sich nunmehr stärker der Öffentlichkeit als dem Staat verpflichtet. Die israelische Militärführung veränderte ihren Ansatz ebenfalls und engagierte beispielsweise erstmals Kommunikationsspezialisten. Die militärischen Medienbeziehungen wurden stärker zentralisiert, der Militärsprecher mit zusätzlichen Befugnissen ausgestattet und das Thema Medien in alle Ausbildungskurse vom Kompaniechef aufwärts aufgenommen. Zu einem ernsthaften Konflikt zwischen Militär und Medien kam es schließlich während des Libanonkriegs 1982, als große Teile der Bevölkerung – darunter gerade auch Militärkorrespondenten und Soldaten – die Legitimation des Kriegs infrage stellten.

Martin Löffelholz, Claudia Auer und Kathrin Schleicher schließen das Themenheft mit einer Analyse der Beziehungen der Bundeswehr zu den Medien vom Ende des Kalten Krieges bis heute ab. Sie konstatieren eine zunehmende Öffnung der deutschen Streitkräfte gegenüber den Medien, die sie maßgeblich auf die wachsende Beteiligung an Auslandseinsätzen und damit einhergehende neue kommunikative

Ansprüche zurückführen. In den ersten Jahren betrieben das für Auslandseinsätze zuständige Bundesministerium für Verteidigung und die Bundeswehr zwar noch durchgängig eine reaktive Medienarbeit. Die Gründung der Akademie der Bundeswehr für Information und Kommunikation 1990 in Strausberg signalisierte jedoch bereits ein anderes Verhältnis zwischen Militär und Medien – von einer zuvor oftmals geradezu feindlichen Sicht hin zu einem eher kooperativen Verständnis. Allerdings gab es erst mit Beginn der Amtsperiode des ehemaligen Verteidigungsministers zu Guttenberg einen »qualitativen Sprung« in der Gestaltung der militärischen Medienbeziehungen. So konnten ab 2009/10 beispielsweise Journalisten regelmäßig an bewaffneten Patrouillen teilnehmen. Trotz der vorsichtigen Öffnung gegenüber den Medien herrscht in der Bundeswehr jedoch, wie die Autoren zeigen, bei manchen Offizieren weiterhin ein gewisses Misstrauen gegenüber Journalisten. Wie offen oder restriktiv die Medienbeziehungen im Einzelnen gestaltet werden, hängt von einem komplexen Faktorenbündel ab, wie Löffelholz, Auer und Schleicher herausarbeiten. Neben den unterschiedlichen Systemlogiken von Militär und Medien prägen vor allem die Haltungen der jeweiligen Verteidigungsminister und der militärischen Führung in Auslandseinsätzen, die komplexen Organisationsstrukturen der Bundeswehr, das verfügbare Personal und dessen Qualifikationen die militärischen Medienbeziehungen.

Welche vorläufigen Antworten lassen sich vor dem Hintergrund der hier präsentierten Ergebnisse auf die oben gestellten Fragen formulieren?

1. Der Erste Weltkrieg stellte für die Militärs aller kriegführenden Staaten die Initialzündung zu verstärkter aktiver Ausgestaltung der militärischen Medienbeziehungen dar. Dies erklärt sich weniger durch ein verändertes Bild der militärischen Akteure von den Medien und deren Bedeutung als vielmehr dadurch, dass es während des Krieges über Jahre hinweg keinem Kontrahenten gelang, entscheidende operative und strategisch nutzbare Durchbrüche zu erzielen – während bis 1918 auf der politischen Ebene kein Zeitpunkt kam, zu dem alle Seiten gleichzeitig bereit waren, auf Verhandlungen zu setzen und auf diesem Weg eine entscheidende Veränderung herbeizuführen. In dieser Situation wurde die verstärkte und institutionalisierte Nutzung von Medien und »Propaganda« zu einer Kompensation, um die eigenen Soldaten, die eigene Bevölkerung, die neutralen Staaten und die Feindstaaten im jeweils gewünschten Sinn zu beeinflussen. Zugleich unterstrich der verstärkte militärische Rückgriff auf die Medien eine sich wandelnde Beziehung zwischen militärischer und Heimatfront vor dem Hintergrund völlig neuer Loyalitätsforderungen bei gleichzeitig steigenden sozialen Spannungen und immensen Opferzahlen. Die vor 1914 vielfach ausgebauten und teilweise institutionalisierten vertraulichen Kommunikationskanäle zwischen Vertretern der militärischen Führung und den jeweiligen nationalen Medien stellten die wichtigste Grundlage für die Beziehungen zwischen Militär und Medien in der Kriegszeit dar und blieben es bis weit ins 20. Jahrhundert hinein.

2. Aus diesen in verschiedenen Gesellschaften relativ ähnlichen Verhältnissen der Jahre 1914–1918 ergab sich jedoch keine pfadabhängige, zu konvergenten Entwicklungen der militärischen Medienbeziehungen führende Entwicklung. Zum einen verhinderte dies der – aus unterschiedlichen Gründen durchgeführte – Rückbau der während des Krieges etablierten einschlägigen Institutionen nach 1918. Zum anderen erwiesen sich in der Folgezeit die jeweiligen synchronen Bedingungen, in die sich die nationalen Militärs jeweils gestellt sahen, und ihre je spezifischen Erfahrungen als prägender.

3. Diese je besonderen Bedingungen und Erfahrungen lassen sich vor dem Hintergrund der Untersuchungen schon jetzt genauer fassen und differenzieren: Von besonderer Bedeutung waren zunächst die zeitgenössische Nähe bzw. Ferne der militärischen Akteure zur politischen Führung, wie sich an den Beispielen des Ersten Weltkriegs, Frankreichs in den 1950er und 1960er Jahren und Israels besonders deutlich zeigt. Ein weiterer entscheidender Faktor bestand in den unterschiedlichen Anforderungen, welche die verschiedenen Kriegstypen an die militärischen Medienbeziehungen stellten: Weltkriege sind als Kontexte für solche Beziehungen sehr verschieden von Kolonial- bzw. Dekolonialisierungskriegen, wie die Beispiele Frankreichs und Großbritanniens in den 1950er und 1960er Jahren zeigten. Der israelische Fall einer besonders engen Wechselwirkung zwischen Staatsgründung und Militärpolitik führt zu ganz anderen Konstellationen und strukturellen Bedingungen als sie etwa für die Bundeswehr existierten, die sich seit den 1990er Jahren erstmals vor die Herausforderung gestellt sah, militärische Einsätze im Ausland medial zu begleiten.

4. Im Zweiten Weltkrieg kehrten zentrale Erfahrungen des Ersten Weltkriegs wieder – insbesondere die jahrelange Ungewissheit darüber, welche Seite sich auf welchem Wege militärisch würde durchsetzen können, und damit die große Bedeutung der »Moral« an Kriegs- und Heimatfronten. Dass in dieser Situation die Militärführungen teilweise auf Institutionen und Praktiken der Jahre 1914–18 zurückgriffen, auch solche der militärischen Medienbeziehungen, spricht nicht gegen die These von der überwiegend kontingenten Prägung der militärischen Medienbeziehungen im Verlauf des 20. Jahrhunderts, also der Dominanz synchroner statt diachroner Bedingungsverhältnisse: Die strukturellen Ähnlichkeiten beider Weltkriege förderten bis zu einem gewissen Grad ähnliche militärische Vorstellungen von und Umgangsweisen mit den Medien, die in der Zwischenkriegszeit außer Gebrauch gekommen bzw. nicht mehr gängig waren. Von einer »Entwicklung« – um den historiografischen Kernbegriff für angenommene diachrone Bedingungsfaktoren zu zitieren – der Militär-Medien-Beziehungen vom Ersten zum Zweiten Weltkrieg kann also kaum die Rede sein.

Die bisherigen Untersuchungsergebnisse legen es vielmehr nahe, weder von einer konvergenten, noch von einer divergenten »Entwicklung« zu sprechen. Eher handelt es sich um eine vorwiegend kontingente Ausprägung der jeweiligen militärischen Medienbeziehungen: Die jeweiligen Zeitumstände, Kriegstypen, aktuelle Legitimationsnotwendigkeiten und politisch-gesellschaftliche Konfliktlagen sowie Handlungsdruck und Handlungsspielräume stellen wichtigere Erklärungsfaktoren für die Ausgestaltung der militärischen Medienbeziehungen dar als diachron fassbare strukturelle konvergierende oder divergierende Tendenzen. Die Bedeutung langfristiger Traditionen und Deutungskulturen zu ermitteln und zu gewichten, die neben diesen Kontextbedingungen ebenfalls an der Prägung der militärischen Medienwahrnehmungen und -strategien beteiligt waren und sind, ist eine Herausforderung für die weitere Forschung in unserem Projektzusammenhang und darüber hinaus.

5. Schon jetzt erlauben die Ergebnisse der Untersuchung aber eine wichtige Korrektur des in der Forschung noch häufig dominierenden Narrativs, nach dem sich die Beziehungen zwischen Medien und Militär als ein einfacher Antagonismus zwischen dem auf Geheimhaltung bestehenden Militär und der im Dienst von »Wahrheit« und »Kritik« operierenden Medien darstellten. Vielmehr zeigt sich in allen hier untersuchten Phasen und Fällen eine ausgesprochen komplexe Interak-

tionsbeziehung, die nicht in den Kategorien von Kontrolle, Zensur und unerschrockener Investigation aufgeht, sondern eher von besonderen Beziehungen auf Gegenseitigkeit, einem je spezifischen »bargaining«, einer je besonderen Kultur aus Vertraulichkeit, Konkurrenz und Kooperation gekennzeichnet ist, in der zwischen Informationszugängen, Informationsvorsprüngen und privilegierten Kanälen der öffentlichen Vermittlung stets neu verhandelt wird. Den »rote Faden«, der sich durch die folgenden Beiträge zieht, bildet die Betonung dieser formalen und inhaltlichen Vielfalt der Ausgestaltung militärischer Medienbeziehungen jenseits der rein repressiven, auf Zensur und Kontrolle fokussierten Strategien im Umgang mit den Medien und ihren Vertretern.