

„Wag the Dog“

Wie Politik und Militär im Spielfilm und auch in der Realität 8 des zweiten Golfkrieges mit der Wirklichkeit spielen

Hausarbeit, 2009, 27 Seiten

[Politik - Internationale Politik - Thema: Frieden und Konflikte, Sicherheit](#)



eBook (PDF, ePUB und MOBI) für nur **12,99 €**

Versandkostenfrei herunterladen, auch auf Tablets und Handys lesbar, ohne DRM. Preis inkl. MwSt.



Buch für nur **14,99 €**

Versand gratis. Preis inkl. MwSt. Lieferzeit 2-5 Werktage.

Leseprobe

Inhaltsverzeichnis

Einleitung

1.0 Kurze Inhaltsangabe des Films „wag the dog“

2.0 Der Nachrichtenwert und seine Bedeutung für „wag the dog“

2.1 Vergleich des Nachrichtenwertes von „Sex-Skandal“ und „Albanien-Krieg“

3.0 Berichterstattung im zweiten Golfkrieg

3.1 „pool system“, „embedded reporter“ und die Auswirkungen auf die Berichterstattung

3.2 Die PR-Maschine von Politik und Militär

3.3 Die Kriegsshow

3.4 Der Krieg der Lügen

3.5 Technische Neuerungen und ihre Auswirkungen auf die Berichterstattung

4.0 „wag the dog“ – wenn der Schwanz mit dem Hund wedelt

4.1 Die PR-Kampagne

4.2 Die Berichterstattung

4.3 Wirklichkeitskonstruktionen

5.0 Schluss

Literaturverzeichnis

1 **Einleitung**

2 „Tatsache bleibt jedoch, dass wir eigentlich keinen Krieg gesehen haben. Was wir sahen,
3 waren Aspekte eines Krieges, von dem gesagt wurde, dass er stattfand.“

4 Diese Aussage, die kurz nach Beendigung des zweiten Golfkrieg getroffen wurde, könnte
5 man genau so gut auf den Spielfilm *„wag the dog – wenn der Schwanz mit dem Hund*
6 *wedelt“* anwenden.

7 Der einzige vermeintliche Unterschied zwischen Krieg und Film ist der zwischen Realität
8 und Fiktion. Wer kann aber entscheiden, was „wirklich“ ist und was ausgedacht? Nur
9 derjenige, der die jeweiligen Geschehnisse selbst wahrgenommen hat. Jeder andere ist
10 auf externe Informationen angewiesen, die über die Medien, in den 90`er Jahren
11 vornehmlich über das Fernsehen, distribuiert werden. Allerdings kann dabei eine Reihe an
12 Störfaktoren auftreten, die dafür sorgen, dass Informationen verändert werden bzw.
13 falsche als Fakten präsentiert werden.

14 Um zu erkennen auf welche Weise dies im Film geschieht, muss man zunächst die
15 Systematik erschließen, nach der hier vorgegangen wird und sich fragen: Warum wird der
16 Krieg überhaupt so dominant in den Medien und verdrängt sogar das eigentliche Nummer
17 eins Thema: Vorwürfe der sexuellen Belästigung, die gegen den Präsidenten erhoben
18 werden? Wie kann es sein, dass das amerikanische Volk in dem Spielfilm den Krieg für
19 Realität hält? Und ist vielleicht gar nicht einmal unrealistisch, dass man wirklich einen
20 Krieg fälschen kann bzw. zumindest Aspekte von ihm.

21 Was die erste Frage angeht, so muss man sich klar machen, nach welchen Kriterien
22 Journalisten Meldungen auswählen zu Nachrichten und damit auch zur Realität machen.
23 Dafür sind nach Winfried Schulz die Nachrichtenfaktoren und der Nachrichtenwert
24 verantwortlich. Daher werde ich im Folgenden zunächst überprüfen, inwieweit und in
25 welchem Umfang die beiden Ereignisse auf die Nachrichtenfaktoren zutreffen und welches
26 der beiden Ereignisse damit wirklich den höheren Nachrichtenwert besitzt.

27 Warum es funktioniert, der amerikanischen Öffentlichkeit – wenn auch nur fiktional –
28 einen Krieg vorzugaukeln, lässt sich aus den Entwicklungen und Tendenzen der
29 moderneren Kriegsberichterstattung ableiten, die in der Analyse nach dem zweiten
30 Golfkrieg eklatant sichtbar wurden. Dazu werde ich zentrale Erkenntnisse aus meist
31 zeitnahen Auseinandersetzungen mit dem Verhalten der Medien, der Politik und des
32 Militärs während dieses Krieges zusammenstellen.

33 Schließlich werde ich den Film *„wag the dog“* dahingehend analysieren, inwiefern man
34 Mechanismen und Entwicklungen hinsichtlich des Verhältnisses von Politik und Medien im
35 Krieg und die daraus resultierende Einwirkung auf die Kriegsberichterstattung als
36 Fortsetzungen und Parallelen des zweiten Irakkrieges beschreiben kann. Oder anders
37 gefragt: Haben die Erkenntnisse, die man nach der Analyse des Golfkrieges gewonnen
38 hat, einen erkennbaren Einfluss auf den Plot und die dahinter stehende Systematik des
39 Films? Lassen sie ihn deshalb realistisch erscheinen?

40 Dabei soll vor allem die Frage im Vordergrund stehen, wie Politik und Militär es schaffen,
41 den Krieg – bei *„wag the dog“* wie im Golf – durch Ausnutzung der Regeln des
42 Mediensystems, „real“ wirken zu lassen und damit ihre Konstruktionen der Wirklichkeit
43 durchzusetzen.

1 **1.0 Kurze Inhaltsangabe**

2 In dem von Barry Levinson 1997 gedrehten Film „wag the dog“ befindet sich der
3 amtierende Präsident der USA elf Tage vor einer möglichen Wiederwahl in einem
4 Dilemma: Ihm wird von einem minderjährigen Mädchen vorgeworfen, sie sexuell belästigt
5 zu haben.

6 Damit die Angelegenheit nicht den Weg in die Öffentlichkeit findet, beauftragt er seinen
7 „spin doctor“ Conrad Brean, zusammen mit der Präsidentenberaterin Winifred Ames, eine
8 Strategie zu entwickeln, um die Angelegenheit zu vertuschen.

9 Brean lässt daraufhin gezielte Falschaussagen und Dementis verbreiten, um die Presse
10 von den Belästigungsvorwürfen abzulenken und sie auf eine sich anbahnende Krise
11 „vorzubereiten“. Diese Krise, ein Krieg gegen Albanien, inszeniert Brean gemeinsam mit
12 einem Team, das angeführt wird von dem Hollywood-Produzenten Stanley Motss.
13 Begründet wird der Konflikt mit den Behauptungen, Albanien sei zu „einer Brutstätte des
14 internationalen Terrorismus“ geworden und darüber hinaus hätten albanische Terroristen
15 eine atomare Kofferbombe nach Kanada geschmuggelt, die so ihren Weg in die USA
16 finden soll.

17 Ein Szenario mit einem albanischen Flüchtlingsmädchen wird anschließend in einem
18 Studio gedreht und wird kurze Zeit später zu *dem* Bild des Krieges, welches die Medien
19 beherrscht. Ergänzend dazu wird eine PR-Kampagne entwickelt, die den Krieg vermarktet.
20 Beides fruchtet und führt dazu, dass sich niemand mehr um die Sex-Affäre kümmert.

21 Zum Stocken gerät die Inszenierung erst als die CIA herausfindet, dass es weder einen
22 Krieg in Albanien, noch eine Atombombe in Kanada gibt und die Opposition um den
23 Gegenkandidaten, Senator Neal, daraufhin den Krieg via Fernsehen für beendet erklärt.

24 Um den Medien aber weiter „Futter“ bieten zu können und die Öffentlichkeit weiterhin von
25 dem immer noch latenten Skandal abzulenken, kreierte Motss den Mythos um einen hinter
26 den feindlichen Linien in Gefangenschaft geratenen US-Soldaten, William Schumann.
27 Seine Befreiung soll pathetisch in Szene gesetzt werden. Problematisch wird es allerdings,
28 als sich herausstellt, dass Schumann ein psychisch gestörter Vergewaltiger ist und das
29 Flugzeug, mit dem er nach Washington gebracht werden soll, zusammen mit Brean, Motss
30 und Ames, abstürzt. Die Situation wird noch verfahrenener als ein Tankstellenbesitzer
31 Schumann tötet, während dieser sich an seiner Tochter vergehen will. Auf diese Weise
32 kann Schumann nur als gefallener Kriegsheld dem amerikanischen Volk präsentiert
33 werden.

34

35 **2.0 Der Nachrichtenwert und seine Bedeutung für den Film „wag the** 36 **dog“**

37 Warum es für den Chef-Strategen des Präsidenten, Conrad Brean, und auch für den
38 Hollywood-Produzenten, Motss, scheinbar ganz natürlich ist, dass nur ein Krieg das
39 Wahlvolk, den Gegenkandidaten und das Parlament von den Vorwürfen der sexuellen
40 Belästigung, die gegen den amtierenden US-Präsidenten erhoben werden, ablenken kann,
41 möchte ich an dieser Stelle erläutern. Wichtig dafür ist, dass man sich klar macht, wie das
42 Mediensystem im Hinblick darauf funktioniert, wie und in welcher Größenordnung es
43 bestimmte Informationen zu Nachrichten macht und andere nicht.

1 Entscheidend dafür sind die so genannten „Nachrichtenfaktoren“ und der
2 „Nachrichtenwert“.^[1] Je nachdem wie stark sie auf ein bestimmtes Ereignis zutreffen,
3 können Ereignisse eine höhere Wahrscheinlichkeit haben, als Nachricht ausgewählt zu
4 werden, wenn der betreffende Redakteur der jeweiligen Meldung einen hohen
5 Nachrichtenwert zuschreibt. Das heißt, wenn er der Meinung ist, dass sie es wert ist, zur
6 Nachricht zu werden, da sie wahrscheinlich ein größeres Maß an Aufmerksamkeit von den
7 Rezipienten erhält als eine mögliche Alternative.

8 Die Nachrichtenfaktoren werden dabei nach Schulz nicht als Eigenschaften eines
9 Ereignisses aufgefasst, die mehr oder weniger stark auftreten, sondern als „journalistische
10 Hypothesen der Realität.“^[2] Der Nachrichtenwert ist dann der Ausdruck dieser
11 Hypothesen.

12 Nach Winfried Schulz, der mit seinen Erkenntnissen auf die Forschung von
13 Galtung/Ruge aufbaut, lassen sich die Nachrichtenfaktoren in die folgenden Kategorien
14 einteilen: Zeit, Nähe, Status, Dynamik, Valenz, Identifikation.^[3]

15 Anhand dieser werde ich im Folgenden aufzeigen, warum der fiktive US-Präsident und
16 seine Berater dem sich anbahnenden Belästigungsskandal eine immens hohe
17 Medienwirksamkeit zuschreiben und warum dieser – auch ihrer Ansicht nach – nur durch
18 einem Krieg aus der Wahrnehmung der amerikanischen Öffentlichkeit ferngehalten
19 werden kann.

20

21 **2.1 Vergleich des Nachrichtenwertes von „Sex-Skandal“ und „Albanien-** 22 **Krieg“**

23 Ein Krieg und ein möglicher Sex-Skandal um den US-Präsidenten. Beides Ereignisse,
24 die den Aufmerksamkeitsregeln der Medien in hohem Maße entsprechen. Doch welches
25 der beiden erfüllt mehr und in besserer Qualität die einzelnen Faktorendimensionen? Dazu
26 ein Vergleich zwischen den beiden, im Film um die Aufmerksamkeit des Wahlvolkes
27 „konkurrierenden“, Ereignisse.

28 Der Skandal ist, was die Dimension „Zeit“ betrifft, leicht zu episodisieren. Er hat einen
29 klaren Anfang und folgt dann fast schon den Regeln einer „Daily Soap“, da er täglich in
30 den Medien neu aufgerollt wird, neue Erkenntnisse ans Tageslicht kommen und
31 womöglich neue Beschuldigungen auftauchen, die be- oder entkräftet werden. Es kann
32 dann sogar zu einem Impeachment gegen den Präsidenten kommen. Letztlich läuft es
33 darauf hinaus, dass der Präsident entweder von seinem Amt zurücktritt oder in einer
34 tränenreichen Entschuldigung die Gunst des Volkes zurückgewinnt. Was hier darüber
35 hinaus auch sehr anschaulich wird ist, dass die im Zusammenhang mit dem Skandal
36 stattfindenden Ereignisse immer wieder thematisiert werden und so auch die lange Dauer,
37 die die Sache in Anspruch nehmen kann, überdauern kann.

38 Aber auch der Krieg erfüllt den Faktor Zeit außerordentlich gut. Für ihn sprechen vor
39 allen Dingen seine Kürze – die von den „spin doctors“ im Hintergrund ja exakt terminiert
40 wurde - und die damit zusammenhängende Kontinuität. Dieser wird natürlich besonderer
41 Bedeutung beigemessen, da die Meldung ja bis zur Wahl im Vordergrund steht.
42 Besonders deutlich wird dies, als Senator Neal den Krieg für beendet erklärt.

43 Dazu kommt, dass auch er leicht in Episoden einzuteilen ist, da die Kampfhandlungen
44 einen klaren Anfang und ein klares Ende besitzen und sich selbst auch noch einmal
45 anschaulich einteilen lassen in Schlachten, Kapitulationen, Tode usw.^[4]

1 Was die „Nähe“ angeht, so weist die Belästigungsaffäre ein Höchstmaß auf und hat
2 damit einen leichten Vorteil gegenüber dem Albanien-Konflikt, da sie im eigenen Land
3 stattfindet und mit dem Präsidenten den höchstrangigen Staatsbürger trifft, also jemanden
4 der der Elite zugehörig ist, womit gleichzeitig auch der Faktor „Status“ stark ausgefüllt
5 wird. Denn der Präsident genießt höchste Prominenz.

6 Der Albanien-Feldzug dagegen findet in einem, den meisten US-Bürgern - denen
7 schlechte geographische Kenntnisse nachgesagt werden - völlig unbekanntem und viele
8 tausend Kilometer entfernten, für sie unbedeutenden, Land, statt. Es herrscht auf den
9 ersten Blick weder eine räumliche, noch politische oder kulturelle Nähe und die
10 Verhältnisse in Albanien haben augenscheinlich erst einmal keine Relevanz für das
11 amerikanische Volk. Möglich wäre vorerst nur eine emotionale Betroffenheit herzustellen.
12 An dieser Stelle wird die Kombination mit der Atombombe von Bedeutung, die von
13 albanischen Terroristen über Kanada in die USA geschmuggelt werden soll. Durch diese
14 unmittelbare Bedrohung erhöht sich die Relevanz enorm und auch die Nähe ist plötzlich
15 gegeben. Der „Status“ des Landes Albanien ist hier eher von sekundärer Natur. Viel
16 wichtiger ist, dass die USA unmittelbar betroffen sind und auf die unmittelbare Bedrohung
17 reagieren .

18 Beide Ereignisse kommen sehr überraschend. Man weiß zwar nicht, wie der fiktive
19 Präsident charakterlich geartet ist, man kann aber das amerikanische Volk insofern
20 einschätzen, als dass es schockiert sein wird zu hören, dass sein oberster Führer eine
21 Minderjährige sexuell belästigt haben soll. Damit ist der Nachrichtenfaktor „Dynamik“ in
22 starkem Maße gegeben. Mit zu dieser Kategorie gehört die Struktur. Auch diese
23 Dimension passt adäquat auf dieses Ereignis, da sie hier sehr einfach ist (der US-
24 Präsident am Pranger) und feststeht, nach welchen Mustern es nun weiter gehen wird und
25 welche Mechanismen dabei greifen.

26 Aus ähnlichen Gründen kann man die Albanien-Krise als eindeutiges Ereignis
27 bezeichnen: Die beteiligten Akteure lassen sich recht klar identifizieren bzw. werden von
28 den Hintermännern des Präsidenten geliefert (Terroristen, fliehendes Mädchen,
29 gefangener US-Soldat u.a.) und der Sieg der Amerikaner auf der einen Seite und der
30 Machtgewinn bzw. die erfolgreiche Durchführung des terroristischen Anschlags auf der
31 anderen. Es handelt sich also überwiegend um Themen, die leicht zu verstehen sind,
32 wenn die politischen und kulturellen Hintergründe stark vereinfacht werden.

33 Beide Ereignisse sind damit so dynamisch und intensiv, dass sie ohne weiteres den
34 Schwellenwert der Aufmerksamkeit überschreiten werden, wenn sie über das
35 Mediensystem distribuiert werden.

36 [...]

38 [1] Vgl. Schulz, Winfried: Die Konstruktion von Realität in den Nachrichtenmedien.
39 Analyse der aktuellen Berichterstattung, Freiburg/ München 1976.


40 [2] Ebenda.

41 [3] Ebenda, S. 32-34.

42 [4] Vgl. Eilders, Christine/ Hagen, Lutz M.: Kriegsberichterstattung als Thema
43 kommunikationswissenschaftlicher Forschung. Ein Überblick zum Forschungsstand und
44 den Beiträgen in diesem Themenheft, in: Medien & Kommunikationswissenschaft 02
45 (2005), S. 1.

46 **Ende der Leseprobe aus 27 Seiten - [nach oben](#)**

- 1 **Hier die Information über weiteres Unterrichtsmaterial**
- 2 (Kleiner Spaß am Rande: ...könnte aus Gründen der Bewusstwerdung unserer
- 3 „NochZuTodeVerwaltung“ aus den GEZ-Beiträgen finanzierungswert werden 😊)
- 4 DIREKTLINK zur Seite – dort kann das Unterrichtsmaterial heruntergeladen werden:
- 5 <https://www.school-scout.de/44197-wag-the-dog-manipulationstechniken-in-den-medien-a>
- 6 (Datei-Info: 42 Seiten (1,0 MB); LehrFach Englisch, Klasse 11-13; Preis: 16,70€)



SCHOOL-SCOUT.DE



Unterrichtsmaterialien in digitaler und in gedruckter Form

Auszug aus:

Wag the Dog - Manipulationstechniken in den Medien am Beispiel eines Films untersuchen

Das komplette Material finden Sie hier:

[Download bei School-Scout.de](https://www.school-scout.de)






- 7
- 8


Wag the Dog (S II)					
Reihe 5	Verlauf	Material S 1	LEK	Kontext	Mediothek

Materialübersicht

1./2. Stunde **Introducing *Wag the Dog***

- M 1 (Ab) Developing a strategy for a worst-case scenario –Think, pair, share 
- M 2 (Ab) While-viewing activity: The first scenes of *Wag the Dog* 
- M 3 (Ha) Film workshop: Media


3./4. Stunde **The film characters and their jobs**

- M 4 (Ab) Who is who in the world of politics and film (A–C) 
- M 5 (Ab) Astroturfing and propaganda (A/B)

5. Stunde: **The campaign and its people**

- M 6 (Ab) Viewing log: *Wag the Dog* –The campaign and its people 

6./7. Stunde: **An unforeseen obstacle – The CIA interferes**

- M 7 (Ab) The CIA vs the campaign 
- M 8 (Im) 'We really do need an ActTwo' – Design your 'Act Two'


8./9. Stunde: **The ubiquitous methods of propaganda**

- M 9 (Fo) Visual propaganda – Uncle Sam
- M 10 (Ab) A fictitious presidential address to the nation

10./11. Stunde **'The War' – Act Two of *Wag the Dog***

- M 11 (Ha) Mission accomplished? 

12. Stunde **Motss and Brean in conflict**

- M 12 (Im) The next scene – Inventing a dialogue 
- M 13 (Ab) Life can be stranger than fiction –The real 'Wag the Dog' cases (A/B)

13./14. Stunde **News media – Risks and chances**

- M 14 (Tb) Fiction, reality and the public
- M 15 (Im) Why we need the news media

15. Stunde **Organising and preparing the presentations on films related to the topic 'media'**

- 16.–19. Stunde **Presentations on films related to the topic 'media'**
Material needed for presentations

 Für den Einsatz dieser Materialien wird ein DVD-Player benötigt.

2

3 **Dateiname:** *60 RAAbits Englisch Oktober 2009*4 DIREKTLINK zur Seite – dort kann das Unterrichtsmaterial heruntergeladen werden:
5 <https://www.school-scout.de/44197-wag-the-dog-manipulationstechniken-in-den-medien-a>

6 (Datei-Info: 42 Seiten (1,0 MB); LehrFach Englisch, Klasse 11-13; Preis: 16,70€)

7 **DTS-Anmerkung „Sehr RECHT-WEISEndes Unterrichtsmaterial“**