

Friedenskommunikation in Zeiten des „Krieges“

Lässt sich Frieden lehren oder lernen?

Dr. Ingrid A. Lehmann (M.A., Dipl.Pol.)

14. Dezember 2015

Meine Erfahrung

- Studium der Politikwissenschaft und Geschichte (Berlin und Minnesota/USA)
- 4 Jahre im Generalsekretärsbüro der VN New York
- 5 Jahre Abrüstungsabteilung New York und Genf
- 2 UNO-Friedensmissionen: Namibia und Zypern
- 2 Fellowships an der Harvard University (94&04)
- 1999:Promotion in internation. Beziehungen, FU Berlin
- Bis 2003 Leiterin von UN Informationsbüros in Washington, Athen und Wien
- Lehrbeauftragte am FB Kowi der Uni Salzburg seit 2003

Wovon sprechen wir?

Friedensbewegung: 70er Jahre bis heute

Friedensforschung: wissenschaftl. Institutionen

Friedensjournalismus: ein Ideal mit Zukunft?

Friedensmedien – UNO und andere int. Organ.

Antipoden:

Propaganda, Kriegsjournalismus, Information
Warfare

Informationsrevolution der 90er Jahre

- Sendungen in Echtzeit: 24-Stunden-Nachrichtenkanäle produzieren „instant news“
- Nachrichten werden immer schneller übertragen, jedoch häufig verkürzt und zu weniger Themen: 2-3 internationale Krisen gleichzeitig
- Informationsflut führt leicht zu Überforderung, Kurzschlüssen und mangelnder Aufmerksamkeit für langfristige Entwicklungen
- Auch Journalisten fühlen sich überfordert:
 - Nik Gowing (BBC) 3 F-Prinzip : **first , fast, but flawed**

Medienentwicklung

- Seit den 80er Jahren: steter Rückgang der internationalen Berichterstattung
- weniger Auslandsbüros, fest angestellte Korrespondenten
- kurzfristiger Einsatz von Kriegsreportern („Parachutists“) und lokalen „Stringer“
- Rückgang von Print-und Qualitätsmedien
- Einsatz von digitalen Quellen: soziale Medien
- Citizen observer, citizen journalists: jeder mit einem smartphone, videocam und laptop berichtet aus einem Krisengebiet

Was heisst das für die Politik?

- Ständiger Zeitdruck der 24/7 Medienwelt führt dazu, dass fast alles „öffentlich“ ist oder werden kann.
- Macht Politiker zunehmend abhängig von ihren Kommunikationsberatern: **spin doctors** (Karl Rove)
- Pressesprecher sind zu den wichtigsten persönlichen Vertrauenspersonen geworden
- Public Relations, Öffentlichkeitsarbeit und Medienberatung wurden eigene Berufs- und Ausbildungszweige
- Gefragt ist **Fingerspitzengefühl** für das, was medienrelevant und öffentlichkeitswirksam ist
- Resultate sind messbar: Meinungsumfragen und Wahlergebnisse

Wir, die Medienkonsumenten

- Kaufen und nutzen die Medienprodukte
- Lassen uns durch Krisenflut, Skandale und auch Kriegsberichterstattung „unterhalten“
- Bei „Infotainment“ bleibt Sachkenntnis auf der Strecke
- Zynismus, Skeptizismus, Politikverdrossenheit werden verstärkt
- Vertrauensverlust: Politiker, Institutionen (EU, UN, Parlamente)

Komplexe Kommunikationssituation

- International, global
- Regional
- National
- lokal
- Sprachprobleme, kulturelle Probleme erschweren interkulturelle Kommunikation
- Kommunikation ist in aller Munde, wird jedoch häufig nicht professionell oder konsequent ausgeführt: strategische Kommunikation!

Friedensforschung

Stockholm Peace Research Institute (SIPRI):

- Jährliche Berichte zu Waffenproduktion- und handel, Verbreitung von Nuklearwaffen

Peace Research Institute in Oslo: PRIO und NOREF

Berghof-Stiftung für Friedens-und Konfliktforschung

HSFK: Hessische Stiftung für Friedens-und Konfliktforschung

U.S. Institute of Peace (USIP) Washington D.C.

Österreich:...??

Global Peace Index 2015:

visionsforhumanity.org

- Australisches Institut: vergleicht 23 politische, militärische und wirtschaftliche Indikatoren
- Stellt fest, dass von 160 untersuchten Ländern 81 seit 2014 friedlicher geworden sind und in 78 Ländern weniger Frieden herrscht
- Top-scorer: Island, Dänemark, Österreich, Neuseeland, Schweiz
- Am schlechtesten: Syrien, Irak, Afghanistan, Südsudan, Zentralafrikanische Republik



Deaths from external conflicts

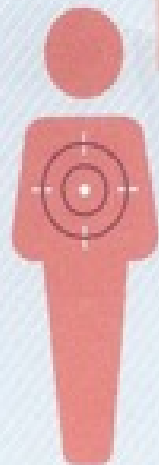


TRENDS IN
PEACE OVER
THE LAST

8 YEARS

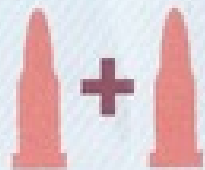
2008-2015

DETERIORATIONS



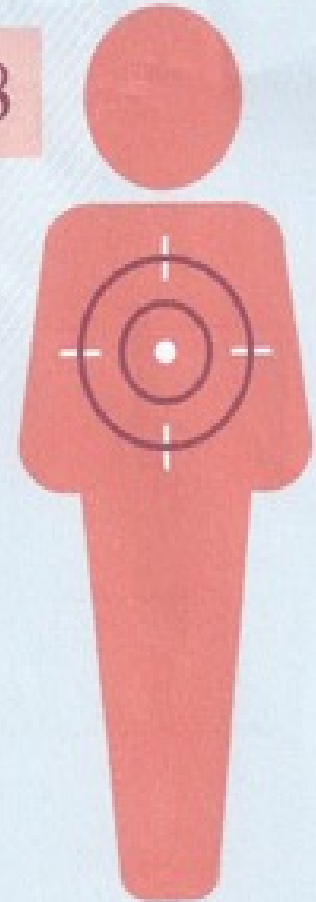
8,450

Deaths caused by terrorism have



**MORE THAN
DOUBLED**

17,958



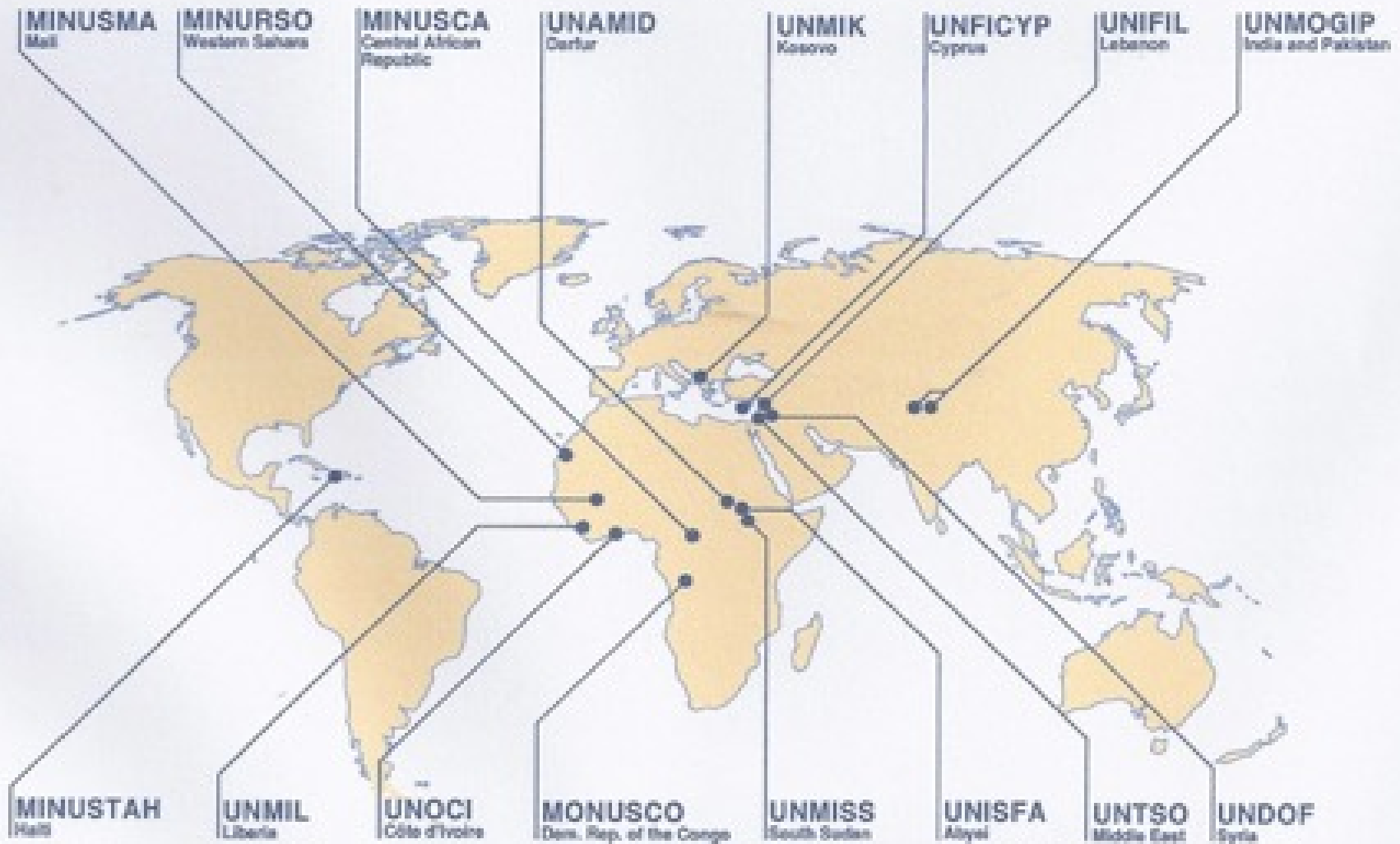
Internationale Organisationen: Vereinte Nationen

- Zwischenstaatliche Organisationen sind davon abhängig, was ihre Mitglieder beschließen und finanzieren
- Basieren auf der Souveränität von Staaten
- Al-Quaeda, ISIS etc. stehen ausserhalb des UN-Systems: dies beeinträchtigt Friedensverhandlungen zu Syrien, Irak etc.
- Internationale Konfliktbewältigung in den letzten Jahren enorm erschwert

Komplexe Kommunikationssituation 2

- Was/wer ist die UNO?
 - Generalsekretär (Ban Ki Moon) und sein Sekretariat
 - Sicherheitsrat oder Generalversammlung
 - Weltregierung/Weltparlament/Friedensarmee?
 - Oder ist sie vor allem ein Symbol für Frieden und Völkerverständigung?
 - Sündenbock für alle ungelösten Probleme

UNITED NATIONS PEACEKEEPING OPERATIONS



Öffentliche Meinung: wichtiger Faktor

- die öffentliche Meinung zur aktuellen Politik ist schnell- und kurzlebig, Vorurteile sind jedoch hartnäckig
- Wahrnehmungen sind Teil der internationalen politischen Realität
- Perzeptionen von UN Friedensoperationen als schwach und ineffektiv erhalten eine Eigendynamik und bleiben im Unterbewusstsein lange erhalten („UNO hat versagt“ – „NATO tut nichts“)
- Medien können Helfen: Friedensjournalismus
- Organisationen selbst: müssen ihre eigene Geschichte erzählen

Ziel der Öffentlichkeitsarbeit

Ist es, ein besseres Verständnis in der Öffentlichkeit über Funktionen, Aufgaben und Ergebnisse der Arbeit der jew. Organisation beizutragen.

Meine These: Public Information ist mehr als Imagepflege oder das Management von Medienkrisen, Skandalen oder institutionelle P.R.: es ist essentieller Teil der strategischen Kommunikation mit allen Öffentlichkeiten

Jedoch: es fehlt eine globale Öffentlichkeit!

Institutionelle Public Relations

- Probleme:
 - Statisch
 - Bürokratisch
 - Selbst-belobigend
 - Unglaubwürdig
- Aber: es gefällt häufig den Chefs
- Besser: thematische Kommunikationskampagnen zu aktuellen Themen: Beispiel UNHCR

Öffentlichkeitsarbeit

- Glaubwürdigkeit der internationalen Helfer
- Zustimmung und Engagement der Bevölkerung essentiell für langfristig wirkenden Frieden
- Realistische Erwartungshaltungen: „safe areas“ im fr. Jugoslawien, Flüchtlinge in Nordeuropa etc.
- Sündenbockrolle bekämpfen: dritte Parteien sind nicht an allem Schuld!

Steine auf
IFOR in
Sarajevo

frustrated
expectations

Fazit

- Öffentlichkeitsarbeit ist eine große Herausforderung für int. Organisationen
- Um wirksam zu sein, bedarf sie gut geschulter, technologisch versierter Mitarbeiter
- Unterstützung durch Führungsebene ist essentiell – **P.R. muss Chefsache sein !**
- Strategische Kommunikation hat wachsende Bedeutung, muss sich jedoch der komplexen Kommunikationssituation stellen

Friedensmedien

- Medien, die in Konfliktgebieten direkt zur Verständigung zwischen den streitenden Parteien und zur Friedensschaffung beitragen
- Blue Sky Radio – Kosovo
- Radio Okapi – Kongo
- Radio Miraya – Sudan
- Internews
- NGOs: Search for Common Ground, USIP

Friedensjournalismus

- Begriff stammt aus der Friedensforschung (Johan Galtung, Jake Lynch, Annabelle McGoldrick et al)
- Truth- first casualty of war (Philip Knightley)
- Kritische Berichterstattung aus Kriegsgebieten, die nicht die Sichtweise des Militärs übernimmt
- Fokus auf Opfer, Ursachen des Konflikts und Lösungsmöglichkeiten
- Wird kritisiert als weltfremd und subjektiv
- Weiterentwicklung zum „Conflict-sensitive journalism“

Faustregeln 1-3

1. Glauben Sie **nicht** alles, was in den Medien vermittelt wird!
Fragen Sie sich: Kann dieses Gerücht überhaupt stimmen?
2. Konsultieren Sie viele unterschiedliche Medien: Fernsehen, Internet, Wochenmagazine, Zeitungen - nicht nur die (reißerischen) Überschriften, sondern **ganze** Artikel
3. Lesen Sie vertrauenswürdige Medien und Autoren regelmäßig . Studien über „Meinungsführer“ zeigen, dass sie regelmäßig **lesen** (und nicht nur im Internet surfen oder durch Illustrierte blättern)

Faustregeln 4-6

- 4. Versuchen Sie, einen Sachverhalt aus der Perspektive verschiedener Akteure (auch derer, die anderer Ansicht sind!) zu sehen**
- 5. Wenn irgend möglich, erweitern Sie Ihre Perspektive über die Orts-und Landesgrenzen hinaus: oft stellen die Medien anderer Länder das gleiche Problem ganz anders da als die lokalen Medien**
- 6. Informieren Sie sich über wichtige Themen so gut, dass Sie „mitreden“ können. Die sog. „Experten“ vermitteln vielfach Klischees und Oberflächenwissen. Deshalb: Sachkenntnis ist gefragt**

DANKE für Ihre Aufmerksamkeit

Weitere Informationen

www.peacehawks.net