Das Bild als Waffe: Eine Gegenüberstellung von terroristischen Kommunikationsstrategien und medialen Bewältigungstaktiken am Beispiel von 9/11

Marlies Althöfer und Bettina Buhl, Eberhard Karls Universität Tübingen

Summary. The terrorist attack of 9/11 not only had devastating effects on the ground, it also had serious consequences worldwide as a powerful media event. This paper is therefore concerned with the impact that the prospect of media coverage of the images of a terrorist attack can have on its planning and implementation and how the media treats the images of an attack. The questions asked are therefore: What strategies might terrorists pursue, aiming on media effectiveness, when planning and staging an attack? And which considerations influence the media when processing and presenting the images of an attack?

Zusammenfassung. Der Terroranschlag von 9/11 hatte nicht nur vor Ort verheerende Auswirkungen, er hatte als bildmächtiges Medienereignis auch weltweit gravierende Folgen. Diese Arbeit beschäftigt sich darum mit den Auswirkungen, die die Aussicht auf mediale Verbreitung der Bilder eines Terroranschlags auf dessen Planung und Umsetzung haben kann, und damit, wie die Medien die Bilder eines Anschlags aufbereiten. Welche Strategien könnten Terroristen verfolgen, wenn sie ein Attentat auf Medienwirksamkeit hin planen und inszenieren? Und welche Überlegungen beeinflussen den Umgang der Medien mit den Bildern eines Anschlags?

1. Einleitung

In *Der Geist des Terrorismus* beschreibt der Philosoph Jean Baudrillard den Terroranschlag, der sich am 11. September 2001 in Manhattan, New York – aber auch auf den Bildschirmen weltweit – ereignete, als das „grelle Mikromodell eines Kerns realer Gewalt mit maximalem Hallraum“ (Baudrillard 2011: 32). Er weist durch diese Darstellung des Attentats darauf hin, dass das faktische Ereignis wie das Epizentrum eines Erdbebens fungierte. Der Anschlag war der Auslöser für eine mächtige Flut von Bildern, die

in Folge des Attentats rund um den Globus gingen. Gerhard Paul betont die Rolle, die die Medien für die Wahrnehmung der Ereignisse des 11. Septembers (9/11) gespielt haben, noch drastischer, indem er konstatiert:

Ohne die mediale Aufladung des Ereignisses wäre der 11. September ein Attentat oder ein Luftschlag unter vielen geblieben – und gemessen an anderen kriegerischen Akten in der Geschichte – nicht einmal ein besonders schwerwiegender (Paul 2004: 439).

Es handelt sich hier also um ein reales Ereignis an einem bestimmten Ort, zu einer bestimmten Zeit, das über die mediale Verbreitung globales Ausmaß annahm.

Es bietet sich an, das „reale“ Ereignis vom „medialen“ Ereignis zu unterscheiden, um deutlich zu machen, dass ein Teil des Ereignisses aktiv von Seiten der Terroristen gesteuert werden konnte, ein anderer Teil, die Produktion und Inszenierung der Bilder, aber effektiv in den Händen der Medien lag. Dennoch lassen sich reales und mediales Ereignis nicht klar voneinander trennen, da sie sich gegenseitig bedingen: Die Aussicht auf mediale Verbreitung hat Auswirkungen auf die Planung und Umsetzung des Attentats; umgekehrt wirkt das, was vor Ort passiert, in dem fort, was die Medien berichten – es bestimmt die Möglichkeiten dessen, was gezeigt werden kann. Die Wirkung der Bilder von 9/11, mit denen sich die folgende Arbeit auseinandersetzt, hat also mit der Planung und Ausführung der Terroranschläge ebenso zu tun, wie mit der medialen Aufbereitung der entsprechenden Materialien. Des Weiteren lassen sich sowohl im Handeln der Terroristen als auch im Handeln der Medien Strategien erkennen, die die Emotionen und die Meinungen des Publikums zum Anschlag beeinflussen sollten.

Im Folgenden wird zunächst auf die Rolle eingegangen, die das Bild im Kalkül der Terroristen zum Zweck der gesellschaftlichen Destabilisierung spielt. Im zweiten Teil steht dann die Rolle der Medien im Vordergrund. Hierbei soll eine ausführliche Analyse des Bildmusters nach Charlotte Klonk erfolgen, das sich aus drei Schritten zusammensetzt und das aufzeigt, welche Rolle das Bild für die Stabilisierung der Situation nach dem Anschlag spielt.

2. Strategien der Destabilisierung – Bilder des Terrors als Kommunikationskalkül

„Die oft gestellte Frage, ob die Terroristen die Medien bewusst funktionalisierten und sich der medialen Wirkung ihrer Tat voll bewusst waren, kann vernachlässigt werden und wird vermutlich nie zu klären sein“ (Paul 2004: 438). Dieses Zitat von Gerhard Paul, bezogen auf das Attentat vom elften September, bezeugt etwas, das sich verallgemeinernd über jede Auseinandersetzung mit terroristischen Kommunikationsstrategien sagen lässt: Es lässt sich kaum beantworten, wieviel des Terrorgeschehens und der

medialen Reichweite die jeweilige terroristische Gruppierung im Voraus geplant und in ihrem Ausgang erwartet hat, und im Besonderen gilt das für die enormen Auswirkungen von 9/11. Ein solcher Versuch wird zusätzlich dadurch erschwert, dass Aussagen von Seiten der Terroristen über ihre Strategien und Motive keine zuverlässigen Quellen darstellen. Wenn jemals öffentlich über Motive gesprochen wird, dann meist, weil es dem Zweck der eigenen Propaganda dient. Dazu kommt, dass viele Journalisten bereit sind, auf sämtliche Bedingungen einzugehen, um ein Interview mit dem Attentäter, Mörder oder Drahtzieher zu bekommen (vgl. Nacos 2016: 104). Die Bedingungen von Seiten der Terroristen reichen dabei von Geheimhaltung des Aufenthaltsorts und dem Verbot von Nachfragen zur vorhergehenden Absprache aller Interviewfragen.¹ Daher sind Vorbehalte zu den Informationen angebracht, die Terroristen selbst teilen. Wie ist nun dennoch eine Diskussion über die Kommunikationsstrategien von Terroristen möglich? Als Anhaltspunkt kann man von dem ausgehen, was Terroristen auszeichnet: ihre Bereitschaft zur Gewaltaktion. Denn es ist die Gewaltaktion, die im Wesentlichen die „Kommunikation“ von Terroristen mit der breiten Öffentlichkeit bestimmt. Gerade nach 9/11 stand eine Frage im Raum: Warum? Und damit ist nicht nur die Frage nach dem Grund für so viel Gewalt gemeint, sondern damit einhergehend, was ist die Botschaft? Bei 9/11 stand deutlich die Tat im Mittelpunkt. Bei genauerem Hinsehen jedoch die Bilder der Tat. Im Folgenden wird das Kommunikationskalkül der Terroristen danach erörtert, was an der zerstörerischen Handlung vor Ort auf mediale Wirkung zielt und warum allein die globale Verbreitung der Bilder schon eine Botschaft im Sinne der Terroristen ist, die keine sprachliche Kundgebung braucht.

2.1 Vom Attentat zum Bild

Bereits für terroristische Aktionen Anfang der 70er Jahre lässt sich belegen, dass das Mittel des gewalttätigen Aktes nicht mehr nur als „nackte Gewaltaktion“, sondern unter dem Leitgedanken der *Propaganda der Tat* gewählt wird. Die Tat wird also zum Instrument der strategischen Kommunikation mit der Öffentlichkeit (Weichert und Elter 2012: 951f.). Auch der Al-Qaida-Anführer und Drahtzieher der 9/11 Attentate, Osama bin Laden, verstand Terrorismus per Definition als Propaganda der Tat. Er betonte, dass ein Akt terroristischer Gewalt als Kommunikationsform verstanden werden muss (vgl. Nacos 2016: 35). Nach dem Anschlag hört man bin Laden in einer Videoaufnahme sagen:

Those youth who conducted the [9/11] operation ... those young men said in deeds, in New York and Washington, speeches that overshadowed all other speeches made everywhere else in the world. The speeches are understood by both Arabs and non-Arabs – even by Chinese ... it's above all the media said (Transcript of Osama bin Laden videotape; Internetseite CNN).

Bin Laden beschreibt hier die Ausführung des Attentats durch die jungen Männer um Anführer Mohammed Atta als den Akt einer „Rede“, die durch die mediale Verbreitung auf der ganzen Welt gehört wurde und gegen die keine andere Stimme ankam. In anderen Worten sagt er damit: Das Attentat auf das World Trade Center machte Worte überflüssig, denn die Bilder überstrahlten die Wirkungspotentiale sprachlicher Botschaften. Die haptische Direktheit der Bilder des Attentats konnte als leere Botschaft der Zerstörung universal verstanden werden. Darauf referiert auch Gerhard Paul, wenn er in Bezug auf 9/11 feststellt: „Die terroristische Botschaft [...] reduzierte sich auf die symbolische Tat und deren Bilder, ohne jeden erläuternden Subtext: Das Bild als Kriegserklärung“ (Paul 2004: 433). Ein Ereignis von solch medialer Tragweite wie 9/11 lässt sprachliche Kommunikation in den Hintergrund treten.

Den Terroristen spielte dabei in die Karten, dass die Massenmedien selbst auf die Generierung von Aufmerksamkeit angewiesen sind. Gewalt, und im Besonderen Bilder von Gewalt, haben sich als Zuschauermagnet erwiesen. In ihrem Werk *Mass-Mediated Terrorism* spricht die Terrorexpertin Brigitte L. Nacos über die Folgen einer journalistischen Praxis, die ganz der Maxime der Öffentlichkeitswirksamkeit folgt. Sie schreibt:

[P]olitical violence for the sake of publicity succeeds even when terrorists stage rather modest acts of terrorism. As long as terrorists offer visuals and sound bites, drama, threats and human-interest tales, the news media will report – and even over-report – on their actions and causes on the expense of other and more important news (Nacos 2016: x).

Nachrichten ohne Gewaltinhalte haben demnach eine eher geringe Verbreitungsquote, unabhängig von ihrem Informationsgehalt. Ereignisse, die dagegen Gewalt enthalten, werden bereitwillig verbreitet und das regelmäßig weit über ihren tatsächlichen Informationswert hinaus (vgl. Nacos 2016: 98–101). Im Rückschluss bedeutet das: Wer Aufmerksamkeit auf sich und seine Sache lenken will, hat mit einem gewalttätigen Akt die besten Chancen gehört zu werden. Darauf weist auch Paul Virilio hin, wenn er sagt: „Das optische Zeitalter ist ein obszönes Zeitalter. Es ist ein Zeitalter, das Grausamkeiten liebt“ (Virilio 1997). Nacos ergänzt, dass Gewalttaten besonders dann dankbar von den verschiedensten Medienkanälen aufgenommen und verbreitet werden, wenn Material geliefert wird, das die Zuschauer und Leser sinnlich anspricht. Bilder und Videos erfüllen dieses Kriterium und sie lassen sich besonders einfach, schnell und effektiv erstellen und verbreiten (vgl. Nacos 2016: 98–101). Bilder und Videos waren bzw. sind bis heute die wichtigsten Zeugnisse des Anschlags auf das World Trade Center. Sie erlaubten von Anfang an eine rasante und machtvolle Verbreitung der Ereignisse. Wenn Terroristen effektiv allein die Planung und Ausführung einer Gewaltaktion kontrollieren können, so sorgen sie damit zugleich für den realen – und kommunikationsstrategisch effektiven – Auslöser des medialen Ereignisses. Tat und mediale Inszenierung greifen ineinander.

All das unterstützt die These, dass es der Agenda der Terroristen dient, auf die Propaganda der gewaltsamen Tat zu setzen. Unabhängig von einer Presse, die einer terroristischen Gruppierung wohlgesinnt wäre, können Terroristen so damit rechnen, dass ihren Taten eine massenmedial vermittelte Inszenierung folgen wird, und damit einhergehend eine große Reichweite in der Öffentlichkeit. Terroristen erreichen folglich gerade durch die Inszenierung eines brutalen und dramatischen Attentats die ungeteilte Aufmerksamkeit der Medien.

2.2 *Das Bild als Waffe*

Wenn im letzten Abschnitt gezeigt wurde, dass die Tat bereits das Bild von der Tat intendiert, muss nun noch die Frage geklärt werden, wie das Bild den Zielen der Attentäter dient. So waren es im Fall von 9/11 von Anfang an die Bilder des Anschlags, die dafür sorgten, dass sich der Terror und das Gefühl des Sicherheitsverlustes weltweit verbreiteten. Auf diesen Sachverhalt spielt auch Baudrillard an, wenn er schreibt:

Von all diesen Ereignissen behalten wir vor allem die Sicht der Bilder zurück. [...] Neben den anderen Waffen, die die Terroristen dem System entwendet hatten, haben sie auch die Echtzeit der Bilder, ihre augenblickliche weltweite Verbreitung ausgebeutet. [...] Die Rolle des Bildes ist höchst ambivalent. Denn es verstärkt das Ereignis, nimmt es aber gleichzeitig als Geisel (Baudrillard 2011: 29).

In Manhattan stellten allein die hohe Dichte an Kamerteams und Fotografen, die hochentwickelte Infrastruktur und Medienlandschaft eine Reaktion in Sekundenschnelle sicher. Die Aufzeichnung und Ablichtung des Attentats begann nur Augenblicke nachdem das erste Flugzeug um 8:46 Uhr Ortszeit in den Nordturm einschlug. Auch wenn man zuerst von einem Unfall ausging, waren ab diesem Augenblick die Kameras auf das World Trade Center gerichtet. Folglich wurde bereits ab diesem Moment das faktische Attentat zur Quelle des medialen Ereignisses. Selbst wenn relativ wenige Zuschauer die Bilder zum Anschlagszeitpunkt selbst gesehen haben mögen, waren es dieselben Bilder, die in den darauffolgenden Stunden und Tagen das Medienereignis weltweit bestimmten. Der folgende Einschlag in den Südturm wurde live aufgenommen und weltweit gesendet und die Live-Übertragung eines Terroranschlags wurde in diesem Moment von etwas Undenkbarem zu Realität. Die Bilder, die in den Augenblicken des Attentats entstanden, konservierten, vervielfältigten und verlängerten nun den Anschlag vor Ort durch mediale Wiederholung und Verbreitung. Vom Attentat breitete sich die Schockwirkung damit weltweit bis in die Wohnzimmer der Zuschauer aus.

Dass Bilder folglich in eigenem Recht als „Waffen“ bezeichnet werden können, hat schon vor 9/11 der französische Soziologe Paul Virilio treffend zum Ausdruck gebracht. Er erläutert die besondere Wirkmacht der Bilder wie folgt:

Ein Bild, eine Fotografie, wird niemals eine Information wie jede andere sein. Sehen ist nicht dasselbe wie Wissen. Wissen, das ist der Diskurs, die Debatte, die Analyse. Ein Bild drängt sich auf, zwingt sich dem Geist auf – ein Bild ist ein Schock (Virilio 1997).

Denn während Texte bewusst gelesen werden müssen, sich analysieren und diskutieren lassen, wirkt das Bild viel direkter auf den Betrachter und kann in seinem Effekt schonungslos sein. Ein Bild scheint die Realität zu zeigen und wird daher als Teil des eigenen Erlebens und der eigenen Wirklichkeit akzeptiert. Dabei wird die Tatsache kaschiert, dass es sich um eine Abbildung und dazu um einen bestimmten, und damit beschränkten, Ausschnitt handelt (vgl. Schulz 2005: 15). Auch die Bilder von 9/11 wirkten unmittelbar und trafen die Betrachter darüber hinaus völlig unvorbereitet. Die gezeigten Bilder wurden zu inneren Bildern, die, verknüpft mit dem Trauma des Attentats, Teil der eigenen Vorstellungswelt wurden und sich in das Erleben der Umwelt jedes Einzelnen einnisten konnten. Über die Aufnahmebilder, die die Ereignisse in Manhattan ja genau im Moment ihres Eintretens wiedergaben, wurde das Gefühl des ‚Einbrechens der Realität‘ – einer gewalttätigen Realität des Terrors – verbreitet. Dazu kam der Mangel an Informationen während der Live-Übertragung, der zur schonungslosen Wirkung der Bilder beitrug. Was Bilder zu Waffen macht, ist also, dass sie „einen enormen Einfluss auf das Verhalten und die Imaginationen ihrer Konsumenten“ (Schulz 2005: 14) haben. Die Bilder, die die Medien von einem Attentat veröffentlichen, können schon allein durch das Zeigen der Gewalttat verstörend wirken. Mit einem Bild können Vorstellungen von der Welt verändert werden, wie etwa die Vorstellungen von der Sicherheit des eigenen Landes, von den Führungsqualitäten der Regierung oder der Macht eines Angreifers. Verbunden mit der massenmedialen Verbreitung weitet sich die Wirkung des Anschlags durch die Materialisierung, Speicherung und Sichtbarmachung im Bild auf alle aus, die die Bilder zu sehen bekommen (vgl. Klonek 2017: 188). Die Medien werden dabei unvermeidlich zu einem Instrument, das wie im Fall von 9/11 dazu beiträgt, ein „Klima der Hysterie und Furcht in der Gesellschaft“ (Weichert und Elter 2012: 951) zu verbreiten.

Das Gefühl der Zuschauer, unmittelbar von den Anschlagsbildern „getroffen“ zu werden, hing schließlich auch damit zusammen, dass das Attentat nicht aus der Retroperspektive diskutiert werden konnte, weil der Moment live aufgenommen wurde. Durch die zeitliche Differenz, die zwischen dem ersten und dem zweiten Einschlag in das World Trade Center lag, konnte sichergestellt werden, dass sämtliche Kameras den Moment einfangen würden, in dem das zweite Flugzeug in den Südturm einschlug. Dadurch wurde das faktische Attentat, nicht nur dessen Nachhall, zur Quelle des medialen Ereignisses. Aufklärende Informationen zum Geschehen fehlten in diesen Augenblicken. Stattdessen waren entsetzte Ausrufe auf den Live-Aufnahmen zu hören und die anschwellenden Schreie des Entsetzens, als die Türme in sich zusammenfielen. All das steigerte das Gefühl eines „Ein-

brechens der Realität“ über den Bildschirm und konservierte die Schockreaktion, die sich auch heute noch beim Anblick der einstürzenden Türme einstellt. So lösen die Bilder noch nach Jahren eine starke emotionale Reaktion aus, auch wenn das reale Ereignis und seine direkten Folgen nun schon weit zurück liegen.

Die Erfahrung der Ohnmacht und Hysterie von 9/11 gründete sich folglich in erster Linie auf den Effekt der Bilder. Es sind Bilder, die keinen Subtext brauchten, um sich im virtuellen Raum zu verselbständigen und ein Eigenleben neben dem realen Ereignis anzunehmen. Der Angriff galt damit vornehmlich unseren Vorstellungen, Werten und dem medialen Erleben der Situation – und weniger dem physischen Ziel. Sprachliche Botschaften, die leichter hinterfragt und kritisiert werden könnten, fehlten diesem Ereignis. Es gab keinen Subtext zu den Bildern, keine Warnung, keine Erklärung. Unabhängig von der faktischen Sicherheitslage oder der tatsächlichen Macht des Angreifers wirkten die Bilder direkt auf die Vorstellungen der Betrachter und konnten das Bild der Welt verändern, das sie zu kennen glaubten. Denn die Bilder, die die Medien von einem Attentat veröffentlichten, wirken schon allein durch das Zeigen der Gewalttat verstörend. Verbunden mit der massenmedialen Verbreitung weitete sich die Wirkung des Anschlags durch die Materialisierung, Speicherung und Sichtbarmachung im Bild auf alle aus, die die Bilder zu sehen bekamen (vgl. Klöckl 2017: 188).

2.3 Erstes Fazit zur Kommunikationsstrategie der Terroristen

Die Attentäter des elften Septembers konzentrierten sich auf die Propaganda der Tat. Der Anschlag auf das World Trade Center mitten in New York garantierte mediale Aufmerksamkeit, die Wahl des Ortes war eine strategische und dazu auch symbolisch wirkmächtige Entscheidung. Der Einschlag in die Türme, zeitlich so koordiniert, dass die Medien den zweiten Anschlag live einfangen würden, lieferte die idealen Voraussetzungen dafür, dass der Anschlag zum medialen Ereignis werden konnte. 9/11 war insofern eine Zäsur, als dieses Ereignis den realen kriegerischen Akt der Zerstörung an einen Ort brachte, der solche Zerstörung nur als ‚virtuelle‘ kannte – in Form von Bildern, die aus weit entfernten Kriegsgebieten oder Hollywood stammten. Gerhard Paul spricht daher über den Schock der Anschläge als einem „kollektiven Getroffen-Sein als Folge des Durchbrechens des medialen Schutzschildes“ (Paul 2004: 447). Die mediale Verbreitung der Bilder des Attentats löste dann nicht nur vor Ort, sondern global Panik und Ohnmachtsgefühle sowie überproportionale Risikoeinschätzungen in der Bevölkerung aus. Das faktische Ereignis wurde also virtuell durch die mediale Verbreitung der Bilder ausgeweitet und potenziert. Dadurch kam dem Bild im terroristischen Kalkül die Bedeutung einer Waffe zu, die nicht nur einen bestimmten Ort, sondern die Lebenswelt und das Erleben aller angriff, die am medialen Ereignis „teilnahmen“. Die Bilder dieses wie eines jeden Anschlags verbreiten folglich nicht nur die Nachricht vom Erfolg der Terror-

aktion, sie lassen sich auch als psychologische Waffe verstehen. Denn die Suggestionskraft der verstörenden Bilder einer Gewalttat, wie die vom Einbruch der Flugzeuge in die Zwillingstürme und deren Zusammenfall, kann jede andere sprachliche Botschaft in den Hintergrund drängen und die Bedrohung für jeden Zuschauer unfassbar nah und real erscheinen lassen. So haben sich Terroristen weltweit – explizit in Folge der verheerenden medialen Wirkung von 9/11 – zu Medien- und Kommunikationsexperten entwickelt, die sich der medialen Durchschlagskraft ihrer Taten nachweislich bewusst sind (vgl. Paul 2004: 69–113). „Terror“ lässt sich folglich ohne Worte kommunizieren. Doch lässt sich auf dieselbe Art und Weise auch Rückgewinnung von Sicherheit und neue Stabilität nach einem Anschlag kommunizieren, wie im folgenden Abschnitt zu zeigen sein wird.

3. Strategien der Bewältigung – Bildmuster nach Klontk am Beispiel von 9/11

Nachdem im ersten Teil der Fokus auf dem Kommunikationskalkül der Terroristen lag, wird im zweiten Teil näher darauf eingegangen, welche Strategien der Bewältigung die Medien im Umgang mit Terror nutzen.

Die Kunsthistorikerin Charlotte Klontk beschreibt in ihrem Werk *Terror. Wenn Bilder zu Waffen werden* ein immer wiederkehrendes Bildmuster, das seit der Berichterstattung über Terrorakte vom späten 19. Jahrhundert bis in die Gegenwart zu beobachten ist. Laut Klontk evozieren Bilder des Terrors bestimmte Affekte, Emotionen und psychische Spannungen, so etwa Angst, Schrecken oder Panik. Indem man in einer solchen Belastungssituation auf bereits vertraute Muster zurückgreift, kommt es laut Klontk zu einer Auflösung oder zumindest Regulierung solcher emotionalen Spannungen (vgl. Klontk 2017: 14). Die daraus resultierende „beruhigende Wirkung entsteht [...] vor allem in der Wiederholung, dem immer gleichen Ablauf von Bildern und Gegenbildern im bekannten Gut-Böse- und Freund-Feind-Schema“ (Klontk 2017: 15). Das Bildmuster nach Klontk beschränkt sich demnach nicht auf Einzelbilder, sondern greift auf „eingespielte Muster“ (Klontk 2017: 14) zurück, die zur Bewältigung der Krisensituation und der Lösung der psychischen Spannungen beitragen.

Im Folgenden soll dieses Bildmuster nach Klontk am Beispiel der bildlichen Berichterstattung von 9/11 konkretisiert sowie analysiert werden. Bei der Analyse soll näher darauf eingegangen werden, aus welchen strategischen Schritten sich dieses Muster zusammensetzt, das sich den zentralen Fragen widmet: Wie gehen die Medien mit Terrorakten um und auf welche visuellen Kommunikationsstrategien greifen die Medien zurück, um das Krisenereignis 9/11 zu bewältigen? Darüber hinaus sollen Funktionen und Wirkungsweisen des Bildmusters näher erläutert sowie hinterfragt werden. Einhergehend mit der Analyse des Bildmusters sollen die medialen Bewältigungsstrategien anhand von Schlüsselbildern und Medienikonen von 9/11 verdeutlicht werden.

3.1 Schritt 1: Dokumentation des Terrorakts – Konfrontation mit der Krise

Eines der Bilder vom Terrorattentat auf das World Trade Center, das sich in unser kollektives Gedächtnis eingebrannt hat, ist das des Fotografen Spencer Platt. Das Bild wurde am Tag nach dem Anschlag von 95 Prozent der US-amerikanischen Medien auf der Titelseite abgebildet (vgl. Klöckner 2017: 69) und gehört zu den Bildikonen von 9/11. Was diese Aufnahme zu einer Ikone werden ließ, liegt im starken formalen sowie farblichen Kontrast begründet. Zu sehen sind die beiden brennenden Türme vor einem klaren, stillen Septemberhimmel. Vor allem der farbliche Kontrast zwischen der Explosion mit seinen kräftigen Rot-, Orange- und Gelbtönen vor dem hellblauen Himmel sticht dabei ins Auge und entfaltet eine ästhetische Kraft, die beim Anblick gleichzeitig Fassungslosigkeit und Faszination bewirkt. Auch Joachim Buttler spricht von solch einer Ambivalenz, die zusätzlich durch die „Terrorsschleife“ zum Tragen kommt und dabei eine „Ästhetik des Schreckens“ (Buttler 2003: 38) forciert.

Das Vermögen der globalen Mediengesellschaft, sofort ‚live‘ auf Sendung zu gehen und in einem doppelten Salto gleichzeitig mitzuteilen, dass diese Bilder den Globus bereits umrundet hätten, blies die symbolische Tat des Anschlags zu einem Phänomen der Sensationsästhetik auf. [...] Wie in einer ‚All over Structure‘ Jackson Pollocks gefangen, verharrete die Welt im Netz der permanenten Bildschleife des Terrors (Buttler 2003: 40).

Die Bilder des 11. Septembers dokumentieren demnach nicht nur die Zerstörung zweier Türme, sondern vielmehr einen symbolischen Akt, „die bewußte Vernichtung eines ikonischen Objekts zur Erzeugung eines spektakulären Bildes, das eine ganze Gesellschaft traumatisieren sollte“ (Mitchell 2011: 36). Die Twin Towers vor 9/11 verkörperten die Wirtschaftsmacht der USA, prägten eindrucksvoll und repräsentativ die Skyline Manhattans und galten als „Symbol für ihre Überlegenheit und Unverletzlichkeit“ (Buttler 2003: 28). Diese starke Symbolhaftigkeit bot den Terroristen eine perfekte Zielscheibe, um Amerika an einer seiner mächtigsten und gleichzeitig empfindlichsten Stellen zu treffen. Ebenso wirkungsmächtig wie die kräftige Feuerwolke ist die schwarze Rußwolke, die von einem der Türme in den Himmel hochzieht und den oberen Bereich des zweiten Turms umhüllt. Auch die Rußwolke stellt einen starken Kontrast zum blauen Himmel dar und zeugt von der Symbolkraft des Bildes. Zum einen lässt sich eine bedrohliche Dunkelheit ausmachen, die von der Wolke ausgeht und die sich allmählich über Manhattan ausbreitet. Zum anderen zieht die Wolke wie ein Trauerschleier über den Stadtteil und bedeckt den Himmel sowie auch alles andere, was ihr in den Weg kommt. Wenn man diese Metapher weiterdenkt, setzt sich der Ruß überall ab, in jeder noch so kleinen Ecke, und seine Auswirkung ist unausweichlich, genauso wie das Trauma, das die Stadt und von ihr aus ganz Amerika und die Welt überschattete. Die Aschewolke stellt demnach auch ein Symbol dar für die sich ausbreitende Trauer, den Schmerz

und die Ohnmacht, die vom zentralen Punkt des Anschlags ausgehend unaufhaltsam über ganz Manhattan ziehen.

Was bei diesem Bild zudem auffällt, ist das, was nicht gezeigt wird – das Leid und die Betroffenen. All diejenigen, die vor den Türmen flohen, sowie verletzte oder verwundete Personen rücken bei diesem Bild in den Hintergrund des Geschehens:

Marginalisiert wird [...] das unsägliche Leid, das sich vor den Türmen und auf den Straßen darunter in den Stunden danach abspielte, denn ikonisierende Verdichtungen erzeugen nicht nur Erinnerungen, sondern zugleich auch blinde Flecken (Klonk 2017: 71).

Durch die Aussparung des Leids auf dem Bild wird der Fokus vollkommen auf die physische Zerstörung der Türme gelegt. Laut Klonk, die auf eine Nachrichtenanalyse von CNN verweist, wurde immer ein bestimmtes Schema bei der Bildmontage verwendet, in der das Leid nur sehr begrenzt gezeigt wurde (vgl. Klonk 2017: 71f.). Ausgelassen wurden zumeist Aufnahmen von Menschen, die sich aus den Fenstern der Türme stürzten oder davor starben. Der Tod unzähliger Menschen, der unvermeidbarer Bestandteil dieses Anschlags ist, wurde im Großteil der bildlichen Berichterstattung zum Tabu gemacht. Eine Ausnahme stellt das Foto des *Falling man* vom Fotografen Richard Drews dar, auf das im weiteren Verlauf der Arbeit noch einmal eingegangen werden soll. Indem sich die Medien bei der Berichterstattung auf die Darstellung des Anschlags fokussierten und nicht zugleich auch die Opfer und das Leid in den Mittelpunkt rückten, fand eine Form der Distanzierung statt. Das Attentat selbst löste bereits solchen Schrecken aus, dass zusätzliche Bilder von Toten oder stark Verletzten nicht nur das Gefühl der Angst verstärkt, sondern auch das der Ohnmacht intensiviert hätten. Demzufolge wird in diesem ersten Schritt der Dokumentation des Terrorakts ein Diskurs des Zeigens und Weglassens deutlich, der einerseits Tabuzonen markiert, den Medien andererseits einen Spielraum lässt. Indem nicht das ganze Leid gezeigt wird, wird bereits eine gewisse Kontrolle in der Bildberichterstattung ausgeübt.

Zugleich dient dieser erste Schritt der Dokumentation des Geschehens dazu, Aktualität und Nähe aufzubauen. Ohne Zweifel gehört es zur Informationspflicht der Medien, über ein solches Ereignis zu berichten, doch ebenso geht es hier um ein Bedürfnis (das der Rezipierenden sowie der Medien), so nah wie möglich an den Anschlagort heranzukommen. Durch die Nähe zum Geschehen wurde ein mediales Dabei-Sein simuliert und durch die Live-Bilder, die am elften September 2001 um die Welt gingen, ein Erlebnis in Echtzeit geschaffen. Außerdem generiert Dokumentation Faktizität und bildet eine Realität ab, die ohne (Beweis-)Bilder kaum vorstellbar ist. Somit kann das Unfassbare mithilfe des Bildes fassbar und das Unvorstellbare durch das Visuelle greifbar werden.

In diesem ersten Schritt geht es nach Klonks Bildmuster-Theorie folglich darum, die Realität des Geschehens medial „fassbar“ zu machen – es

erfolgt eine visuelle Konfrontation mit der Krisensituation. Durch das gezielte Weglassen des Leids findet in der bildlichen Berichterstattung eine Strategie der Distanzierung statt, was nicht zur Bewältigung der Krise, aber zur Regulierung dieser beiträgt. Obwohl die Bilder der Zerstörung der Zwillingstürme einen nahezu fiktiven Anschein erwecken, da sie durch ihre apokalyptische Bildsprache den Eindruck eines Horrorszenarios aus einem Hollywoodfilm erzeugen, wird eine Faktizität dokumentiert, die ebenso die ambivalente Ästhetik des Terrors abbildet.

3.2 Schritt 2: Bilder der Kontrollgewinnung – Heroisierung der Feuerwehrmänner und Unantastbarkeit der Staatsmacht

Was nach diesen Bildern der Zerstörung, Verwüstung und des Chaos große mediale Präsenz erhielt, waren die Bilder der – vorwiegend männlichen – New Yorker Einsatzkräfte. Die Aufnahmen sollten verdeutlichen, dass der Staat handlungsfähig ist und die Situation unter Kontrolle bringen kann: „Wie schon am Ende des 19. Jahrhunderts, so wurde im Moment der größten Bedrohung vor allem das Funktionieren der Zivilgesellschaft vor Augen geführt“ (Klonk 2017: 73). So entstanden unzählige Bilder von Rettungskräften vor Ort, die sich aufopfernd in die Trümmer begaben, um lebende Opfer zu bergen oder sich um schwer verletzte Personen zu kümmern. Insbesondere die Feuerwehrmänner des New York Fire Departments traten in vielen Bildern heroisch auf bzw. wurden als Helden inszeniert, die in der Katastrophensituation einen Moment der Kontrolle sowie Ordnung wiederherstellten. Laut Anne Becker eigneten sich insbesondere Feuerwehrleute „zur Konstruktion von Heldenmythen“ (Becker 2013: 169):

Allein die Wahl dieser Profession impliziert die Bereitschaft, die eigene Unversehrtheit und das eigene Leben zu riskieren, um das anderer zu retten. Der Beruf an sich ist sozusagen im Zentrum von Gefahrensituationen angesiedelt und ein gewisser Idealismus eine Voraussetzung. [...] Feuerwehrmänner werden zur Chiffre des Helden und zu Hauptfiguren in der in Manhattan abspielenden Tragödie (Becker 2013: 169).

So entfachten viele Bilder der Feuerwehrleute eine enorme Bedeutungs- und Symbolkraft. Wie Phönixe aus der Asche traten die Feuerwehrmänner aus dem Staub und trotzen der Katastrophe. Dabei hatte der Großteil dieser Bilder einen patriotischen Subtext, der den Zusammenhalt der Nation in einer der schwersten Stunden immer wieder in den Mittelpunkt der visuellen Inszenierung rückte. Die Feuerwehrmänner wurden damit zu „wesentlichen Referenzpunkten“ (Becker 2013: 168) in der bildlichen Kommunikationsstrategie der Medien zur Bewältigung der Krise.

Obwohl der Großteil der Feuerwehrmänner heldenhaft inszeniert wurde, kursierten dennoch Bilder von Rettungskräften, die mit der Situation überfordert waren, eine zerbrechliche Körperhaltung einnahmen, den Kopf hän-

gen ließen oder ihn fassungslos in die Hände stützten. Diese Aufnahmen dokumentieren menschliche Reaktionen wie etwa Trauer oder Resignation im Angesicht des Ausnahmezustands. Da sie aber eine Verletzlichkeit und Verzweiflung ausdrücken und damit keine staatliche oder auch zivile Souveränität vermitteln, tauchten solch emotionale Bilder der Feuerwehrmänner seltener in der Medienöffentlichkeit auf (vgl. Mitterhofer 2016: 143f.). In diesem Schritt des Bildmusters wurde somit eine klare Bildsprache kommuniziert, die zwei Aspekte beinhaltet: die Heroisierung der Einsatzkräfte sowie die Unantastbarkeit der Staatsmacht. Die Strategie, die in diesen Bildern zum Ausdruck kommt, ist die der Rückgewinnung von Kontrolle durch die Demonstration von Stärke und Macht in einem Moment größter Bedrohung und des Kontrollverlusts.

Im Gegensatz zu den Bildern, die den „reinen“ Terrorakt dokumentierten und das Leid größtenteils aussparten, bildeten diese Bilder den Schmerz und das Leid der Menschen ab – wenn auch nur begrenzt, da zwar lebende Opfer und Betroffene gezeigt wurden, Aufnahmen von Toten jedoch als striktes Tabu galten. Bei diesen Bildern wurde das Leid bewusst gezeigt, meist in Verbindung mit Momenten der Rettung, des Trosts oder des Kümmerns, wie Charlotte Klonk in einem Interview postuliert. Hier sollte durch Bilder das Gefühl erzeugt werden, dass Trost gespendet wird und dass Betroffene nicht alleine gelassen werden, sondern Hilfe erwarten können. Nicht die Distanzierung vom Leid, sondern das Näherkommen, das mediale ‚Ranzoomen‘, führte dazu, dass das Leid durch den Augenblick des Trosts eine andere Konnotation erfuhr. So wurde mittels diverser Rettungsbilder der lebenden Opfer ein Zusammenhalt der Gesellschaft vorgeführt, der das Wir-Gefühl in der Krisensituation stärken sollte. Auch hier ist also das Szenario einer funktionierenden, sich selbst regenerierenden zivilen Bevölkerung zentrales Motiv bei den visuellen Bewältigungsstrategien der Medien – sowohl im Moment des Geschehens als auch in der Zeit danach.

Eines der Schlüsselbilder von 9/11 im Zusammenhang mit der Verarbeitung und Bewältigung der Krise ist Thomas E. Franklins *Raising the Flag at Ground Zero*. Dieses Bild wurde vielfach von den nationalen wie internationalen Medien reproduziert und erlangte aufgrund seiner symbolisch aufgeladenen Bildsprache und der herausragenden medialen Präsenz im öffentlichen Raum schnell ikonischen Status. Darauf zu sehen sind drei Feuerwehrmänner, die auf dem Ground Zero inmitten der Trümmer des World Trade Centers die US-amerikanische Flagge hissten. Die Trümmerteile im Hintergrund des Bildes sind von der Asche grau eingefärbt und bizarr aufgetürmt. Auch an den Hosen der Feuerwehrmänner, die sich im Vordergrund des Bildes befinden, hatte sich das Grau der Asche abgesetzt. In dieser recht tristen und farblosen Umgebung stechen das kräftige Gelb der Uniform der Feuerwehrmänner sowie das Rot und Blau der Flagge deutlich hervor. Auffallend ist zudem die „Dominanz der Dreiecksform“ (Becker 2013: 126), die sich in der Positionierung der Feuerwehrmänner, den dreieckigen Formen in den Trümmern sowie der Blickrichtung der Männer zur Spitze der Fahne niederschlägt. Das Bild hat Becker zufolge „eine

komplexe Symbolsprache [...], in der eine Botschaft codiert ist, die (unterbewusst) vom Betrachter dechiffriert werden kann und positiv aufgeladen ist, d.h. aufrichtend wirkt“ (Becker 2013: 126). Erneut waren es die Feuerwehrmänner, die Helden der Nation, die in einer chaotischen Umgebung Stärke (gesellschaftliche wie staatliche) verkörperten und in der Krise Widerstand leisteten. In Franklins Bild vereinen sich sowohl Trauma als auch Traumabewältigung. Einerseits ist die Zerstörung der geordneten Welt durch die Trümmer im Hintergrund deutlich sichtbar. Andererseits führt die Heroisierung der Feuerwehrmänner sowie die patriotische Geste der Flaggenhissung zur Demonstration von Selbstbehauptung. Die Aufnahme dokumentiert damit den Moment der Stärke im Moment der größten Verletztheit und den Augenblick des nationalen Zusammenhalts zum Zeitpunkt internationaler Zerrüttung.

Allerdings wurde das Bild nicht nur wegen seiner Symbolkraft so populär, sondern auch weil es ein Bildschema aufgreift, das im kollektiven Bewusstsein der US-Amerikaner tief verankert ist. Franklins Bild zitiert Joe Rosenthals *The Raising of the Flag on Iwo Jima*, eine Aufnahme aus dem Zweiten Weltkrieg. Die Aufnahme zeigt sechs amerikanische Marines, die auf dem Mount Suribachi während der Schlacht um die Pazifikinsel Iwo Jima die amerikanische Flagge hissten, und sie markiert „das wiedergewonnene nationale Selbstbewusstsein der USA nach dem traumatischen Verlust von Pearl Harbor“ (Klonk 2017: 79). Laut Becker werden in diesem Bild Spannungsfelder sichtbar, die sich „zwischen Niederlage und Triumph, Zerstörung und Hoffnung, Krieg und Frieden“ (Becker 2013: 129) bewegen. Diese Spannungsfelder manifestieren sich ebenso im Bild Franklins. Festzuhalten ist, dass beide Bilder eine historische Zäsur in der Geschichte Amerikas dokumentieren und mit sehr ähnlichen visuellen Codes arbeiten. Beide Bilder zeugen von einem traumatischen Ereignis und dessen gegenwärtiger Bewältigung. Patriotismus wird zum zentralen Thema, aber auch die hoffnungsvolle Botschaft, dass – aus der Perspektive der Amerikaner gesprochen – das Gute über das Böse siegen kann. Nicht zuletzt wird auch hier mit dem siegreichen Akt des Flagge-Hissens ein Bild der Kontrollillusion geschaffen.

3.3 Exkurs: Strategie der Verdrängung? Richard Drews *Falling Man*

Ein Bild, das aus dem Raster des Bildmusters nach Klonk fällt, hier aber dennoch im Zuge der medialen Krisenbewältigung diskutiert werden soll, ist Richard Drews *Falling Man*. Wie mehrfach erwähnt, waren Todesbilder ein großes Tabuthema von 9/11, also Bilder von Menschen, die unmittelbar am Anschlagort starben, oder solchen, die von den Türmen in den Tod sprangen. So vielfach die Bilder der Zerstörung des World Trade Centers oder Kontrollbilder einer funktionierenden Gesellschaft reproduziert wurden, so wenig veröffentlicht wurden Bilder, die die Thematik des Todes behandelten. Aufgrund der marginalen Reproduktion und der „ungewohnten Bildsprache“ (Becker 2013: 234) bezeichnet Becker diese Art von Auf-

nahmen als „visuelle Randerscheinungen“ (Becker 2013: 234). Im Bild des *Falling Man* kommt ein Spannungsverhältnis zwischen Informationspflicht, Persönlichkeitsrecht und ästhetischer Faszination zum Tragen. Auch hier lässt sich eine Ambivalenz hinsichtlich seiner Wirkung feststellen. Einerseits ist es ein Bild des Grauens, das schockiert und betroffen macht, da es eine Person darstellt, die als Folge des Anschlags aus dem Fenster des World Trade Centers in den Tod springt. Andererseits löst sie aufgrund ihrer visuellen Ästhetik Faszination aus, die sich auf mehreren Ebenen der Bildsprache niederschlägt. Der Mann befindet sich in einem Zwischenstadium: Er ist lebendig und gleichzeitig todgeweiht, er bewegt sich auf der Schwelle zwischen Leben und Tod. Dieses Stadium manifestiert sich ebenfalls in der Darstellungsweise. Er befindet sich genau an der Schnittstelle, wo die beiden Türme aufeinandertreffen und dabei so angeordnet sind, dass die eine Hälfte weiß und die andere schwarz erscheint. Die Positionierung des Mannes unterstreicht die Motivik des *Gr e n z g ä n g e r s*. Darüber hinaus dominiert die Linearität der Fassadenstruktur der Gebäude den Gesamteindruck des Bildes und erzeugt eine visuelle Stille, die „einen Gegenpol zum Chaos des Ereignisses bildet“ (Becker 2013: 256).

Die Ästhetik der Aufnahme steht dem Schrecken der Geschehnisse diametral entgegen und bringt die Erkenntniskräfte des Betrachters, der die Stille und Leichtigkeit des Bildes mit der Katastrophe nicht in Übereinstimmung zu bringen vermag, an Grenzen (Becker 2013: 256).

Sowohl die ordnungsstiftende Struktur der Gebäude als auch die tänzerische Art, wie der Mann in der Luft „steht“, verleihen dem Bild einen grotesken Anschein, da die friedliche Inszenierung nicht mit der bedrohlichen Krisensituation zu korrespondieren scheint.

Bilder wie dieses wurden Tage nach dem Anschlag vereinzelt in US-amerikanischen Zeitungen abgedruckt. Da aber die Veröffentlichungen einen so starken Protest in der Bevölkerung auslösten, verschwanden die Aufnahmen letztlich von der medialen Bildfläche. Auch hier verdeutlicht sich der Diskurs des Zeigens und Nicht-Zeigens bzw. des bewussten Ausblendens. Zu schmerzhaft sind die Emotionen, die von solchen Bildern ausgelöst wurden. Außerdem entsprachen diese Bilder nicht den Anforderungen der Medien, entschärfend mit der Situation umzugehen und das Gefühl von Kontrolle zu erzeugen. Im Gegenteil:

Ihre Bildsprache bricht mit den Codes und Symbolen, die sich für eine narrative Erfahrung des Dargestellten oder der Deutung im Sinne einer aufrichtenden Botschaft eignen würden. Somit entziehen sie sich auch der Möglichkeit einer Instrumentalisierung im politischen Kontext, die darauf ausgerichtet ist, Stärke in der Krisensituation zu demonstrieren (Becker 2013: 234).

Demzufolge wählten die Medien eine Strategie, die auch im psychologischen Kontext als menschlicher Abwehrmechanismus bei der Traumabe-

wältigung auftaucht: die Strategie der Verdrängung. Dies geschah zum Schutz der Opfer, der Angehörigen sowie der gesamten amerikanischen Zivilgesellschaft. Im Wegsehen gewann man vorerst eine Distanz zum Tod. Allerdings führte die Strategie dazu, dass das Thema Tod, das unabdingbarer Bestandteil von 9/11 ist, durch das Verbot des Zeigens und die visuelle Zäsur in der Konsequenz mehr Gewicht bekam, als dies eigentlich von den Medien intendiert war. So emotional nachvollziehbar diese Strategie ist, so kontraproduktiv erscheint sie jedoch auf medialer Ebene.

3.4 Schritt 3: Feindbilder kommunizieren – das Böse visualisieren

Im letzten Schritt des Bildmusters werden Bilder der Attentäter veröffentlicht. Dies hat den Zweck, „das Grauen zu personifizieren und damit fassbar zu machen“ (Klonk 2017: 73). Oftmals wird darauf abgezielt, dem Feind ein Gesicht zu geben und ihn dadurch automatisch zur Projektionsfläche von Rachegefühlen sowie zum Hassobjekt zu machen. So beispielsweise beim Anführer des 9/11-Attentats Mohammed Atta, dessen Bild zwei Tage später auf der Titelseite der *New York Post* erschien. Allerdings spiegelte Atta auf diesem Bild alles andere als das ‚personifizierte Böse‘ wider. Bei der Abbildung handelte es sich um das Führerscheibild von Atta, das keine bedrohliche Gestik oder Mimik aufwies. Sein Gesichtsausdruck auf dem Bild ist nichtssagend, sein Blick wirkt müde und abgeschlagen. Auch die Aufnahme einer Überwachungskamera, die Atta dabei aufzeichnete, wie er am 11. September die Sicherheitsschleuse des Flughafens in Portland passierte, wirkt weder gefährlich noch offenbart die Aufnahme etwas Verdächtiges. Laut Klonk diene die Veröffentlichung der Aufnahme vorrangig der „Visualisierung und Personifizierung des Feindes“ (Klonk 2017: 90). Statt des Gefühls einer drohenden Gefahr schafften sie jedoch vielmehr einen Moment der Irritation. Aufgrund des scheinbar normalen Auftretens wirkten die Bilder „trivial und verstörend zugleich“ (Klonk 2017: 90). Die Bilder und das Überwachungsvideo dienten in erster Linie dazu, negative Gefühle wie Hass und Rache auf diese eine Person zu projizieren bzw. zu entladen. Was dieses, aber auch andere Beispiele im Kontext der Feindbild-Visualisierung verdeutlichen, ist die Unkontrollierbarkeit der Rezeption solch einer Darstellung. Für die amerikanischen Medien war es selbstverständlich, dass sie einen Feind präsentierten, der das Böse verkörpert. Auf der Gegenseite wurde Atta als Held gefeiert und das von den Medien sowie vom FBI publizierte Führerscheibild von der Al Qaida als Märtyrerbild umgewertet. Daraus lässt sich schließen, dass es sich um einen Prozess handelte, den die Medien nicht steuern konnten: „Nichts und niemand kann garantieren, dass ein Bild, das für die einen eindeutig einen Feind zeigt, für die anderen nicht zur Heldenverehrung dient und umgekehrt“ (Klonk 2017: 205). Umso mehr sollte von Seiten der Medien bedacht werden, wie und ob man den Feind inszeniert, und man sollte sich die Frage stellen, wieviel Aufmerksamkeit man dieser feindlichen Visualisierung einräumen möchte.

Ein weiteres Feindbild, das in Verbindung mit den Anschlägen vom 11. September 2001 in den Medien kursierte, war das von Osama bin Laden. Er wurde bereits vor 9/11 wegen anderer Anschläge auf US-amerikanische Botschaften zum Feind erklärt und erschien auf einem Fahndungsplakat des FBI mit der Überschrift „FBI ten most wanted fugitive“. Wenige Stunden nach dem Attentat auf das World Trade Center veröffentlichte die Regierung unter George W. Bush ein Plakat, das im Stil eines Steckbriefs des Wilden Westens konzipiert war („Wanted Dead oder Alive“). Jedoch ging das von den Medien intendierte Konzept des Feindbilds nicht auf, sondern verursachte ambivalente Assoziationen:

So stark die Ablehnung und Dämonisierung des Al Qaida-Chefs auch war, so entsprach das medial vermittelte bzw. inszenierte Bild von Bin Laden nicht nahtlos der allgemeinen Vorstellung vom ‚ultimativ Bösen‘. Die Diskrepanz zwischen seinem scheinbar ‚sanften‘ Auftreten und des von ihm zu verantwortenden Massenmords [sic!] führten offensichtlich zu schweren Irritationen in der westlichen Rezeption (Reiter 2013: 49).

Diese Diskrepanz schaffte letztlich ein „hybrides Feindbild“ (Reiter 2013: 49), weshalb sich die veröffentlichten Fotos von bin Laden sowie die von Mohammed Atta nicht als Feindbilder im Sinne der Personifizierung des Bösen eigneten.

Die Zufriedenstellung und Befriedigung der Vergeltungsgefühle der amerikanischen Gesellschaft erfolgte erst dann, als bin Laden 2011 von Navy Seals in seinem Haus in Pakistan überwältigt und getötet wurde. In den Aufnahmen vom Einsatz der amerikanischen Spezialeinheit war die Wohnsituation bin Ladens zu sehen, nicht aber der Tote selbst. Ganz bewusst entschied sich die US-amerikanische Regierung unter Obama gegen eine Veröffentlichung des Totenbildes. Obama begründete die Entscheidung damit, „dass man weder mit den Bildern als Trophäen protzen wolle, noch der in ihnen sichtbare gewaltsame Tod als Grundlage für einen Märtyrerkult und weitere Gewalt dienen solle“ (Charlotte Klonk, FAZ, 14.5.2011). Und obwohl bis heute kein Bild des Toten jemals veröffentlicht wurde, kursierten kurze Zeit nach der Tötung bin Ladens Aufnahmen aus einem Video seiner eigenen Videosammlung, die ihn in einer banalen und etwas lächerlichen Alltagssituation zeigten. Man sieht einen alten Mann mit Mütze und Bademantel vor dem Fernseher sitzen, der seine eigenen Aufnahmen betrachtet. Dieses Bild der Demütigung sollte bin Laden entmachten und ihn in einem gebrechlichen Zustand zeigen, um sich als eines der letzten Bilder von ihm in die Köpfe der Amerikaner einzubrennen. „Der Erzfeind wurde als graue Hülle seiner selbst vorgeführt, dem am Ende seines Lebens nichts mehr geblieben war als narzisstische Spiegelung“ (Klonk 2017: 210).

In diesem letzten Schritt des Bildmusters manifestiert sich folglich das große Bedürfnis einer durch den Terrorakt traumatisierten Gesellschaft, den Täter und damit Verursacher des Leids zu sehen. Die Medien bedienten die Erwartungen der Gesellschaft, indem sie ein Feindbild präsentier-

ten, das dämonisiert wurde und der Visualisierung sowie Personifizierung des Bösen diene. Wie die angeführten Beispiele aber gezeigt haben, kann solch eine Darstellung des Feindes oft die intendierte Wirkung der Befriedigung von Vergeltungsempfindungen verfehlen und durch widersprüchliche visuelle Codes Verwirrung sowie Irritation hervorrufen. Zudem können solche Feindbilder auch zu Märtyrerbildern umgedeutet werden, da die Interpretation eines Bildes nicht in den Händen der Medien oder desjenigen liegen, der das Bild veröffentlicht.

4. Schlussbemerkung

Bewertet man nun die Strategien vonseiten der Terroristen sowie der Medien, so wird deutlich, dass das Bild sowohl als Instrument zur Destabilisierung als auch zur Stabilisierung einer Ordnung dienen kann. Terroristen nutzen die mediale Vermittlung, um politische Ziele zu kommunizieren. Dabei steckt hinter jeder medialen Vermittlung ein inszenatorisches Kalkül – kein Ziel eines terroristischen Akts wird willkürlich gewählt. Die visuelle Kommunikationsstrategie der Terroristen zielt darauf ab, im öffentlichen Raum das Vertrauen in den Staat und seine Schutzfunktion zu unterminieren, dessen Verletzlichkeit zu demonstrieren, die Moral aller Staatsapparate zu untergraben und terroristische Gewalttaten als heroisch darzustellen. Terroristen betreiben in diesem Sinne Öffentlichkeitsarbeit: Je gewaltvoller ein Anschlag inszeniert wird, desto mehr Aufmerksamkeit wird generiert. Das Bild als Waffe hat hier weniger informellen Gehalt, vielmehr entfalten solche Bilder, wie die von 9/11, eine affektive, appellative Wirkung.

Für die Medien steht nach einer Tat zunächst immer die Wiederherstellung der zivilen Ordnung im Zentrum. Es sind insbesondere Bilder, die der Demonstration von Kontrolle, gesellschaftlicher wie staatlicher Stärke sowie nationalem Zusammenhalt dienen und zur Bewältigung der Krisensituation beitragen. Anhand von Klonks Bildmuster konnte gezeigt werden, dass nach dem traumatischen Erlebnis der Destabilisierung vor allem das Funktionieren der Zivilgesellschaft sowie die Souveränität des Staats vor Augen geführt werden soll. Betrachtet man den dritten Schritt in Klonks Bildmuster, nämlich die Visualisierung des Feindes, wird deutlich, dass mit der Veröffentlichung von Bildern in Bezug auf die Wertung und Interpretation immer auch ein schwer zu kontrollierender Prozess in Gang gesetzt wird. Am Beispiel von 9/11 konnte folglich gezeigt werden, dass das Bild nicht nur als Waffe der Terroristen dient, sondern gleichzeitig als regulierendes sowie stabilisierendes Instrument der Medien genutzt wird: Es erzeugt Schrecken, kann aber gleichzeitig zur Bewältigung von Schrecken dienen. Es verursacht ein Trauma und kann gleichzeitig zur Überwindung des Traumas beitragen. Und letztlich: Es produziert Chaos und kann gleichzeitig Ordnung generieren.

Da jeder Terroranschlag gezielt geplant und ausgeführt wird und sich Terrorvereinigungen im Laufe der Jahre zu Kommunikationsexperten ent-

wickelt haben, die die Medienwirksamkeit ihrer gewalttätigen Handlungen bewusst einkalkulieren, ist der Terroranschlag, das belegt auch 9/11, ein zentrales Element der viralen Kommunikationsstrategie von Terroristen. Dennoch zeigt sich an der Analyse der Bildmuster nach Klonk, dass hierbei nicht von einer unwillkürlichen Instrumentalisierung der Medien gesprochen werden kann. Auch wenn der Handlungsspielraum schmal ist, wollen die Medien ihrer Informationspflicht nachkommen, so lassen sich in Folge eines Terroranschlags mitunter Bilder generieren und verbreiten, die der Machtkommunikation von Seiten der Terroristen mal mehr, mal weniger erfolgreich trotzen und ihr entgegenwirken können.

Anmerkungen

- 1 Der Al Qaida Chef Osama bin Laden legte z.B. in einem CNN-Interview von 1997 einige seiner Motivationen dar, die Bedingungen des Interviews wurden dabei komplett von Al Qaida bestimmt. Vgl. hierzu: Exclusive Osama Bin Laden – First Ever TV Interview. Internetseite YouTube, <https://www.youtube.com/watch?v=dqQwnqjA-6w>. (abgerufen am 1.5.2018).

Literatur

- Baudrillard, Jean (2002). *L'esprit du terrorisme*. Paris: Galilée. Deutsch von Markus Sedlaczek, Michaela Ott, Brigitte Große und Peter Engelmann: *Der Geist des Terrorismus*. Wien: Passagen 2011.
- Becker, Anne (2013). *9/11 als Bildereignis. Zur visuellen Bewältigung des Anschlags*. Bielefeld: transcript.
- Buttler, Joachim (2003). Ästhetik des Terrors – Die Bilder des 11. Septembers 2001. In: Michael Beuthner, Joachim Buttler, Sandra Fröhlich, Irene Neverla und Stephan A. Weichert (eds.). *Bilder des Terrors – Terror der Bilder? Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September*. Köln: Halem, 26–41.
- Klonk, Charlotte (FAZ, 14.5.2011): FOTOS DER „OPERATION GERONIMO“: Warum wir trotzdem Bilder brauchen. URL: <https://www.faz.net/aktuell/feuilleton/fotos-der-operation-geronimo-warum-wir-trotzdem-bilder-brauchen-1642470.html>. [Letzter Zugriff am 27.4.2018].
- Klonk, Charlotte (2017). *Terror. Wenn Bilder zu Waffen werden*. Frankfurt a.M.: Fischer.
- Mitchell, William John Thomas (2011). *Cloning Terror. The War of Images, 9/11 to the Present*. Chicago: University of Chicago Press. Deutsch von Michael Bischoff: *Das Klonen und der Terror. Der Krieg der Bilder seit 9/11*. Berlin: Suhrkamp 2011.
- Mitterhofer, Hermann (2016). *Das Repräsentations-Dispositiv. Narration, Gedächtnis und Pathos – zu den Bildern von 9/11*. Paderborn: Fink.
- Nacos, Brigitte L. (2016). *Mass-Mediated Terrorism. Mainstream and digital media in Terrorism and Counterterrorism*. Maryland: Roman & Littlefield.
- O'Loughlin, Ben (2011). Images as Weapons of War: Representation, Mediation and Interpretation. *Review of International Studies* 37, 1, 71–91.

- Paul, Gerhard (2004). *Bilder des Krieges – Krieg der Bilder. Visualisierung des modernen Krieges*. Paderborn: Schöningh.
- Reiter, Margit (2013). Vom Verschwinden der Tat. Narrative Deutungsmuster nach dem 11. September 2001 in Deutschland und Österreich. In: Ursula Henningfeld und Stephan Packard (eds.). *Abschied von 9/11? Distanznahmen zur Katastrophe*. Berlin: Frank & Timme, 35–62.
- Schmid, Alex P. und Janny de Graaf (1982). *Violence as Communication. Insurgent Terrorism and the Western News Media*. California: SAGE.
- Schulz, Martin (2005). *Ordnungen der Bilder. Eine Einführung in die Bildwissenschaft*. München: Fink.
- Transcript of Osama bin Laden videotape. In: Internetseite CNN. 13.12.2001. URL: <http://edition.cnn.com/2001/US/12/13/tape.transcript/>. [Letzter Zugriff am 1.5.2018].
- Virilio, Paul (1997). „Der Paparazzo, das sind wir“. Der Soziologe Paul Virilio über den Tod, die virtuelle Prinzessin und die Macht der Bilder. *Der Spiegel* 8.9.1997. URL: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-8778996.html>. [Letzter Zugriff am 1.5.2018].
- Weichert, Stephan und Andreas Elter (2012). Terrorismus 2.0. Über die Propaganda der Tat im digitalen Zeitalter. In: Thomas Jäger (ed.). *Die Welt nach 9/11. Auswirkungen des Terrorismus auf Staatenwelt und Gesellschaft*. Wiesbaden: Springer VS, 946–967.

Marlies Althöfer
Heinlenstraße 4
D-72072 Tübingen
E-Mail: marlies.althoef@gmx.de

Bettina Buhl
Mozartweg 3
D-88281 Schlier
E-Mail: bettina@buhl-online.net