

“War on America” – Medienberichterstattung und symbolische Politikinszenierungen nach den Terroranschlägen in den USA

Von Christian Schicha

In: Ulrich Albrecht /Jörg Weber (Hrsg.): Medien zwischen Krieg und Frieden. Baden-Baden 2002, S. 123-133

Einleitung

„Nie zuvor wurde ein Massenmord live ausgestrahlt.“ (John B. Thomson)

Die Terroranschläge in den USA in New York und Washington am 11.9.2001 mit mehreren tausend Todesopfern haben die Welt erschüttert. Es gab Reaktionen auf nahezu allen gesellschaftlichen Ebenen:

- So fanden nach den Attentaten zahlreiche Gottesdienste in Gedenken an die Opfer statt.¹
- In Zeitungen waren Anzeigen von Unternehmen, Banken und Landesregierungen abgedruckt, die die Trauer und das Mitgefühl mit den Opfern dokumentieren.
- In Deutschland und Amerika wurden Comedyshows und Rockkonzerte abgesetzt.
- Fußballprofis der deutschen Bundesliga trugen Trikots mit dem Schriftzug: „Keine Macht dem Terror“ und auf den Zuschauerrängen waren amerikanische Fahnen der deutschen Zuschauer als Zeichen der Solidarität zu sehen.²

Die Macht der Bilder und die Rückkehr fiktiver Spielfilmmuster

„Es gibt Horrorfilme und Horror in der Wirklichkeit. Am Dienstag konnte man zwischen beiden nicht mehr unterscheiden. Denn die Realität hatte, nicht zum ersten Mal, die Fiktion imitiert: Die Bilder der vor den Trümmern flüchtenden New Yorker wirkten, wie aus dem Kinofilm „Independence Day“ kopiert.“ (Tilman Spengler)

Ein Bild sagt mehr als 1000 Worte. Diese triviale aber zutreffende Behauptung ließ sich auch anhand der Wirkungsmacht der Bilder bei den Live-Szenen der explodierenden Stahltürme des World Trade Centers nachvollziehen. Die Terroristen haben durch die präzise Durchführung ihrer

¹ Es hat sich wieder einmal gezeigt, dass die Menschen in den Zeiten von Krisen und Katastrophen Orientierung im Glauben suchen. Die Ohnmacht weckt die Religiosität, so dass in den Kirchen Trost und Beistand gesucht wurde. Dadurch wurde die Sehnsucht der Menschen dokumentiert, das Unfaßbare in einer Gemeinschaft anhand spiritueller Muster zu verarbeiten. Sogar die BILD-Zeitung vom 12.9.2001 greift in ihrer Hauptschlagzeile: „Großer Gott, steh uns bei!“ zu religiösen Metaphern, um die öffentliche Betroffenheit über das Unfassbare zu artikulieren.

² Im Fußballstadion setzten die oftmals als „Erzfeinde“ klassifizierten Spieler von Borussia Dortmund und Schalke 04 nach den Anschlägen vor dem Anpfiff der Bundesligabegegnung ein symbolisches Zeichen, indem sie sich in einem Kreis die Hände reichten.

Anschläge dafür gesorgt, dass die Bilder ihrer verbrecherischen Taten weltweit in das Gedächtnis von Millionen Fernsehzuschauer gerückt wurden.³

Derartige Horrorbilder waren bislang nur in fiktiven Spielfilmen zu sehen, die mit moderner Tricktechnik die Bilder produzierten, die nun plötzlich real waren. Die Schreckensvisionen amerikanischer Filme wurden nun „von der Wirklichkeit überholt“ (Hage/Wolf 2001, S. 15) und avancierten als historisches Faktum zum „Reality-TV (Spengler 2001, S. 15).

„Die Attentäter von New York waren nicht nur technisch auf der Höhe der Zeit. Inspiriert von der symbolischen Bilderlogik des Westens haben sie das Massaker als Medienspektakel inszeniert. Dabei folgen sie minutiös den Szenerien des Horrorfilms und des Science-Fiction-Thrillers.“ (Hans Magnus Enzensberger)

Die zahlreichen Phantasieprodukte haben nun plötzlich eine prophetische Wirkung besessen: „Wir haben alle Weltuntergänge schon visuell durchdekliniert.“ (Seesslen 2001, S. 20)⁴

Tödliche Einschläge in Hochhausfassaden waren auch das Thema der Spielfilme „Deep Armageddon“ und „Deep Impact“ aus dem Jahr 1998.⁵ Die vorgesehene Wiederholung des Horror-Streifens Godzilla, wo Manhattan dem Erdboden gleich gemacht wird, findet auf diesem Kanal ebenfalls nicht mehr statt.⁶

Das Ende der Spaßgesellschaft oder „The Show must go on“?

³ Die grausamen Bilder lösten auch eine erhebliche Spendenbereitschaft für die Angehörigen der amerikanischen Opfer aus. Die Spenden für die von den Kriegseinsätzen unschuldigen Betroffenen in Afghanistan fielen hingegen geringer aus, was auch darauf zurückzuführen ist, dass es nur wenig Bilder vom Elend der dort lebenden Opfer gibt.

⁴ Der Schauspieler Bruce Willis musste bereits 1987 in dem Actionfilm „Stirb langsam – Die Hard“ in seiner Rolle einen Wolkenkratzer vor der drohenden Sprengung von Terroristen retten. In den Fortsetzungen der fiktiven Filmreihe wird erst ein Flugzeug zum Absturz gebracht (1990), an das sich im dritten Teil ein Bombenattentat auf Manhattan (1995) anschloss. In dem Streifen „Independence Day“ von Roland Emmerich aus dem Jahr 1996 wurde das Kapitol und das weiße Haus von Außerirdischen zerstört: Dazu merkt der Filmemacher Alexander Kluge in einem Interview mit der Münchener AZ vom 13.9.2001 an: „Jürgen Habermas hat mir am Abend gesagt, er habe das alles schon einmal gesehen, in den Filmen von Roland Emmerich. Die Fantasie ist diesem Terror schon vorausgeeilt.“

⁵ Die geplante Wiederholung derartiger Filme im amerikanischen Fernsehen wurde nach dem 11.9.2001 aus Respekt vor den Opfern verschoben. Aktuelle US-Action-Filme, in denen Terroristen die Freiheitsstatue sprengen, werden nicht mehr ausgestrahlt, denn was „jahrzehntelang den Thrill ausmachte, gilt nun plötzlich als Tabu“ (Hage/Wolf 2001, S. 16). Aus aktuellen in Deutschland ausgestrahlten Fernsehserien wie „Sex and the city“ (Pro 7) wurden die Szenen herausgeschnitten, in denen das World Trade Center zu sehen war.

⁶ Der Film Spidermann, in denen der Titelheld eine Verbrecherbande mit einem Netz fängt, dass zwischen den Türmen des World Trade Center aufgespannt ist, wird die Kinos wohl ebenfalls nicht mehr erreichen (vgl. Demuth 2001).

Der Islam-Experte, Peter Scholl-Latour, vertrat die These, dass aufgrund der katastrophalen Folgen durch die Terroranschläge das Ende der „Spaßgesellschaft“ erreicht worden sei. Doch nach dem ersten Schrecken hat insbesondere die Unterhaltungsindustrie offensiv auf die Situation reagiert.

- Ein von amerikanischen Fernsehsendern auch nach Deutschland übertragenes Benefizkonzert („A tribute to heroes) mit Rockmusikern zugunsten der Opfer in New York ging über die Bühne, das eine bis dahin nie dagewesene Allianz zwischen den Popgrößen und der Polizei dokumentiert.⁷
- Amerikanische Schauspieler und Sänger trafen sich zu einem Auftritt vor den Trümmern in New York, um Zuversicht zu verbreiten.
- Inzwischen haben die Sportveranstaltungen vom Baseball-Spiel bis zum New-York-Marathon in Amerika wieder ihren gewohnten Betrieb aufgenommen.

Die Rückkehr zur Normalität kann als auch als Trotzreaktion der Amerikaner gegen die Terroranschläge interpretiert werden. Dabei steht die symbolische Bedeutung derartiger „Events“ im Mittelpunkt. Dort wurde ebenfalls Geld für die Opfer gesammelt. Friedenstauben, Fahnen und Hymnen nahmen einen zentralen Stellenwert ein, um durch die Stärkung des Gemeinschaftsgefühls die Folgen der Katastrophe zu kompensieren.

Zur Redaktion der Medien nach den Anschlägen in Deutschland

„Aus Respekt vor den aktuellen Geschehnissen setzen wir unser Programm vorübergehend aus.“ (Schriftzug des Musiksenders VIVA nach der vorübergehenden Einstellung des Programms.)

Rund 80 Millionen Amerikaner verfolgten die Schreckensbilder des Terroranschlages live im Fernsehen mit und auch in Deutschland erhielten die Sondersendungen in den Nachrichten Rekordeinschaltquoten.⁸

Nachdem das erste Flugzeug den Tower des World-Trade-Center getroffen hat, änderten zahlreiche Fernsehkanäle ihr aktuelles Programm und zeigten die Live-Bilder des brennenden Turms. CNN war bereits acht Minuten nach dem Einschlag des ersten Flugzeugs in den Südturm des World Trade Centers live am Ort des Geschehens und sendete die Bilder der Katastrophe (vgl. Baum/Fischer 2001).⁹ Der kurze Zeit später stattgefundenen Einschlag des zweiten

⁷ Popstars traten mit Polizeimützen auf und drückten damit die Solidarität mit den Einsatzkräften aus. Eine auf dieser Veranstaltung weltweit ausgestrahlte Rede eines achtjährigen Jungen, dessen Vater bei den Rettungsarbeiten am World Trade Center ums Leben kam, rührte die Öffentlichkeit. Insgesamt wurden bei dieser Veranstaltung laut Angabe der Süddeutschen Zeitung vom 26.9.2001, die in 210 Ländern weltweit empfangen wurde, mehr als 150 Millionen Dollar für die Opfer in Amerika gesammelt.

⁸ Der Fernsehsender Phönix erzielte nach Informationen des Evangelischen Pressedienstes (73/2001) das beste Quotenergebnis seiner Sendergeschichte. Die acht Sender des Kirch-Imperiums (u.a. Sat 1, ProSieben) schalteten sich bei der Berichterstattung über die Katastrophe ebenso zusammen wie die der Bertelsmann-Gruppe (u.a. RTL, VOX).

⁹ Baum und Fischer haben mit der Publikation: „Under Attack. Der 11. September und die Folgen in der Berichterstattung der Medien – Eine Dokumentation“ eine erste lesenswerte Studie

Flugzeuges wurde live gezeigt und ebenso ständig wiederholt, wie der Zusammenbruch der beiden Bauwerke. Einige Sender stellten ihren Betrieb kurze Zeit nach den Anschlägen ein.¹⁰

Die New York Times widmete nahezu ihre gesamte Ausgabe von 21 Seiten dem Thema zulasten des Politik- und Lokalteils. Die New York Post berichtete auf 71 Seiten über den Angriff. Ebenso wie in Deutschland erschienen zahlreiche Sonderausgaben z.B. vom STERN oder DER ZEIT.

Der Verzicht auf Werbung nach den Terroranschlägen

Dass Werbung angesichts der Terroranschläge offensichtlich als pietätlos empfunden wird, haben neben den Programmachern einiger Fernsehsender auch die Verantwortlichen beim Autokonzern Ferrari verstanden, die zwar keine Hemmungen hatten, ihre Piloten am Formel 1 Rennen in Indianapolis kurze Zeit nach den Anschlägen starten zu lassen. Jedoch wurde auf die Plakatierung der Rennanzüge der Piloten, die ansonsten als „lebendige Litfaßsäulen“ auftreten, in dem ersten Rennen nach den Terroranschlägen verzichtet.

Die amerikanischen Networks ABC, NBC, CBS und Fox haben nach dem 11.9.2001 auch mehrere Tage keine Werbung ausgestrahlt. Die Einnahmeverluste der Sender innerhalb von drei Tagungen beliefen sich Schätzungen zufolge auf 320 Millionen Dollar (vgl. Jakobs/Rosenbach 2001).¹¹ Dennoch brachten die Berichte von den Anschlägen, den Rettungsarbeiten, Gedenkfeiern und politischen Schauplätzen zumindest Rekordeinschaltquoten für die Nachrichtenprogramme.

„Krieg gegen Amerika“

Zahlreiche Fernsehsender blendeten nach den Anschlägen Schriftzüge in das laufende Programm ein, um das Grauen zu beschreiben. Während bei RTL von einem „Terror gegen Amerika“ die Rede war, formulierten CNN und CNBC den Ausnahmezustand unter der Bezeichnung „America under attack“ bzw. „Attack on America“. Einige Tage später wurde bei CNN der Schriftzug „Americas New War“ eingeblendet. Das ZDF sah den Kriegszustand ebenfalls hergestellt, indem es die Bezeichnung „Terrorkrieg gegen Amerika“ einblendete. Ähnlich titelte auch die internationale Presse:

- „War on America“ war die Schlagzeile von „The daily telegraph“ am Tag nach den Anschlägen.
- Die englische Times wählte den Titel „War comes to America“.

veröffentlicht. Die Publikation kann für 10,- DM im Internet bestellt werden unter www.grimme-institut.de

¹⁰ Der Home-Shopping-Kanal QVC blendete vor dem schwarzen Hintergrund den Schriftzug ein: „In Anbetracht der heutigen tragischen Ereignisse in den Vereinigten Staaten, drücken wir, QVC-Deutschland, unsere Anteilnahme aus. Für weitere Informationen schalten Sie bitte die Nachrichtensendungen ein.“ Der Videokanal MTV stellte das Programm im Gegensatz zu VIVA zwar nicht komplett ein, verzichtete jedoch auf bestimmte Elemente. Dort war zu lesen: „Aufgrund der Ereignisse entfallen sämtliche Shows. Darüber hinaus hat sich MTV entschlossen, keine Werbung auszustrahlen.“

¹¹ Inzwischen wird die Werbung jedoch wieder im gewohnten Fünf-Minuten-Rhythmus in den amerikanischen Fernsehprogrammen ausgestrahlt (vgl. Günther 2001).

- Die Zeitung The advocate bezeichnete die Terroranschläge als „American nightmare“.
- Der englische Mirror betonte die globale Dimension des Anschlages durch die Schlagzeile „War against the world.“

Obwohl die amerikanischen Medien weitestgehend auf reißerische Artikel verzichteten, gab es in der Boulevardpresse immer wieder negative Ausreißer, wenn etwa die New York Post als Konsequenz auf die Anschläge „Rache“ forderte (vgl. Günther 2001).

Zum Verlauf der Medienberichterstattung

Beim Versuch die medialen Deutungsmuster der Ereignisse zu strukturieren lassen sich Baum und Fischer (2001) zufolge fünf Phasen aufzeigen:

- Die Phase der Katastrophenbilder in Echtzeit, in der die Zuschauer beobachten konnten, wie Informationen gesammelt wurden,
- die Phase in der das Feindbild von Bin Laden und der Taliban entstand, woraus eine von der USA angeführte weltweite Front gegen den internationalen Terrorismus resultierte,
- die Phase der Mobilmachung auf den Kriegseinsatz,
- die Phase des „Gegenschlags“ der Amerikaner, über den nur wenige Informationen nach außen drangen und
- die Phase der Ungewissheit, wo das Kriegsgeschehen weitestgehend im Verborgenen bleibt und darüber hinaus biologische Angriffe Angst auslösen.

Fundierte Hintergrundberichte über die politischen und militärischen Entwicklungen in Amerika und Afghanistan blieben jedoch die Ausnahme. Die Reduktion von Komplexität wurde nach den innerhalb der Berichterstattung gängigen Mustern symbolischer Politikinszenierung vollzogen, auf die im folgenden eingegangen wird.

Exkurs: Zur Bedeutung symbolischer Politik

Politik arbeitet stets mit den bekannten Accessoires der Repräsentation. Das politische Geschehen, so Sarcinelli (1992), bedient sich überwiegend symbolisch vermittelter Zeichen, sei es über Bilder, Sprache, Gestik, Fahnen, Hymnen, Embleme oder Slogans. Das Symbol stellt etwas dar, das für etwas anderes steht. Es drückt auf komprimierende Weise etwas Verborgenes optisch, sprachlich oder szenisch aus. Symbole erfüllen also immer eine „Stellvertreterfunktion“, indem sie einen selbst nicht gegenwärtigen Zusammenhang vergegenwärtigen (Meyer 1992, S. 54), in diesem Sinne eignen sie sich zur Inszenierung.

Edelmann (1976) vertritt die Auffassung, dass durch die Zunahme der Visualisierung von Politik eine kompensatorische Symbolisierung im Sinne einer zeichenhaft vermittelten Visualisierung zu beobachten ist, wobei Symbole mit dieser Funktion dann als Verweisungs- oder Verdichtungssymbole auftauchen. Erstere verweisen auf einen realen Gegenstand, während zweite Emotionen oder Sachzusammenhänge in einer einzigen Geste verdichten. Die Darstellung symbolischer Politik bietet den Vorteil, dass nur kurze Sequenzen bis hin zu einzelnen Schlüsselbildern ausreichen, um die eine Resonanz beim Zuschauer zu erreichen. Dabei werden entweder Handlungen nach konventionellem Muster in Form von vorfahrenden Limousinen, händeschüttelnden Politikern, Grundsteinlegungen oder Vertragsunterzeichnungen gezeigt. Die selten zu sehende „innovative Variante“ symbolischer Politikinszenierung umfaßt ungewöhnliche

Aktionen von Politikern.¹² All diese Handlungen stehen für komplexe politische Prozesse, deren Motiv sich dem informierten Zuschauer gegebenenfalls bereits durch ein Foto der Handlung erschließt. Besonders durch die visuelle Darstellung symbolischer Handlungen wird eine Form der Emotionalität beim Rezipienten artikuliert, die neben der kognitiven Verarbeitung auch eine affektiv ansprechende Komponente besitzen.

Der strukturimmanente Zwang zur Kürze in den Medien prädestiniert neben der Visualisierung die symbolische Politikinszenierung und -reduzierung, da die Vielfalt, Komplexität und Mehrdimensionalität der meisten Ereignisse in der zur Verfügung stehenden Zeit gar nicht anders vermittelt werden können. Sarcinelli (1987) zufolge besitzt symbolische Politik drei Funktionen:

- Die regressive Funktion soll komplexe Zusammenhänge vereinfachend vermitteln,
- die nomische Funktion hingegen dient einer ordnungsschaffenden Ausrichtung, während
- die affektive Funktion gefühlsbezogene Reaktionen anstrebt.

Neben der Informationsvermittlung stellt die Appellation eine zentrale Dimension der Politikvermittlung dar. Diese ist auf Suggestion, Faszination und Emotionalisierung hin ausgerichtet. Hierbei wird auf Formen der symbolischen Verdichtungen u.a. durch Begriffe und Formeln sowie optische Signale zurückgegriffen. Der übermächtige Einfluss des Fernsehens für die politische Urteilsbildung trägt dazu bei, dass Politiker sich dieser strategischen Muster bedienen, um ihre Ziele durchzusetzen und ihre öffentlichen Auftritte nach ihnen zu gestalten. Der optische Eindruck, den ein Politiker bzw. eine Politikerin präsentiert, übt eine nachhaltige Wirkung aus, die die tatsächlichen Argumente von Debatten in den Hintergrund treten lässt.¹³

Für Politiker ist eine permanente Medienpräsenz entscheidend. Sie sollen Kompetenz demonstrieren, Schlagzeilen liefern, Aufmerksamkeit erzeugen und „heiße“ Themen besetzen. Das Ziel dieses „kommunikativen Loyalitätsmanagements“ (Sarcinelli) liegt schließlich darin, dass die Stimulierung von Zustimmung, Vertrauen und Sympathie erreicht werden soll. Da Politiker jedoch immer weniger Zeit haben, ihre Positionen in den Medien adäquat darzustellen, flüchten sie in arrangierte Inszenierungen, um Aufmerksamkeit zu erhalten. Dieser Transformation des Politischen wohnt die Gefahr der Entpolitisierung inne. Politikvermittlung reduziert sich dann auf symbolische Aktionen anstatt auf Argumente; im sinnfälligen Scheinhandeln löst sich jede Diskursivität auf. Die Wirkung der Bilder tritt in der Politikvermittlung über audiovisuelle Medien an die Stelle von Informationen und Argumentationen, weil sich schon die öffentlich dargestellte Politik den Selektions- und Präsentationsbedingungen des Mediums anpassen muss, um Verbreitung zu finden. Tele-Politiker versuchen weniger, den Zuschauer auf rationalem Wege durch Argumente zu überzeugen. Es geht vielmehr darum, Emotionen zu entfachen, Impulse

¹² Erinnert sei an dieser Stelle nur an den Kniefall Willy Brandts in Warschau, den Sprung des ehemaligen Umweltministers Klaus Töpfer in den Rhein oder englische Politiker beim Verzehr von englischem Rindfleisch.

¹³ Symbolische Politik lässt sich prägnant durch Rituale darstellen, die visuell gut darstellbar sind. Rituale gelten als wiederholte Hinwendungen zu gleichen Inhalten in gleichen Formen. Als Symbole werden codierte Signale klassifiziert, deren Sinngehalt sich nur demjenigen erschließt, der den Code entschlüsseln kann. Während z.B. eine Nationalflagge für die Bürger eines bestimmten Landes ein heiliges Symbol darstellt, stellt sie für Unbeteiligte nichts mehr dar als ein mehrfarbiges Tuch.

entstehen zu lassen, ein Gefühl des Zutrauens und der Identifikation zu erzeugen, indem man sich mehr an den so leicht zu missbrauchenden Instinkt anstelle der Vernunft bzw. mehr an die Sinne als an das Bewusstsein wendet.

Die in immer geringerem Maße zur Verfügung stehende Zeit zur Vermittlung politischer Zusammenhänge in den Medien führt dazu, dass eine politische Programm- und Handlungsfähigkeit durch die Darstellung symbolischer Politik suggeriert wird, die unter Umständen faktisch überhaupt nicht mehr existiert. Besonders durch die visuelle Darstellung symbolischer Handlungen wird eine Form der Emotionalität beim Rezipienten artikuliert, die neben der kognitiven Verarbeitung auch eine affektiv ansprechende Komponente.

Symbolische Politikinszenierungen werden dann problematisch, wenn der Argumentationsradius der politischen Akteure zusammenschrumpft, und es nur noch darauf ankommt, positive Eindrücke beim Rezipienten zu lancieren (vgl. Meyer/Ontrup/Schicha 2000). Diese Produktionsbedingungen im massenmedialen System erlauben den Erfolg der Inszenierung politischer Pseudoereignisse durch die Politik, die symbolische Bedeutungsgehalte adäquat transportieren sollen. Sie sind immer dann erfolgreich, wenn es ihnen gelingt, sich variabel an die jeweiligen Medienformate anzupassen. Dies ist den Terroristen mit ihrem Anschlag in grausamer Form gelungen, da sie zentrale Symbole Amerikas medienwirksam zerstört haben.

Und auch die amerikanischen Politiker reagierten mit Mustern symbolischer Politikinszenierung auf die Ereignisse, indem sie spezifische symbolische Handlungen als Reaktion auf die Attentate gewählt haben.

Terroranschläge und symbolische Politikvermittlung in den Medien

Das Fernsehen als „kulturelles Forum“ transportiert wie kein anderes Massenmedium die Symbole unserer Gesellschaft. Trotz enormer räumlicher Entfernungen initiiert es ein gemeinschaftliches Fernseherlebnis von Millionen Zuschauern, wie die Berichterstattung über die Anschläge erneut gezeigt hat. Sie können zur selben Zeit an verschiedenen Orten die angebotenen Angebote rezipieren und verarbeiten: „Durch den immer wieder kehrenden Einsatz von Bildern und Metaphern, durch sprachliche Wiederholungen und inhaltliche Rituale bestätigt es das Gewesene und konstruiert auf dieser Grundlage Neues.“ (Thompson 2001, S. 66)

„Die bestialische Theatralik der jetzigen Attacke auf die USA übertrifft all ihre Vorgänger an perfider Symbolik“. Im World Trade Center – jahrzehntelang die höchsten Häuser der Welt – verkörpert sich das kapitalistische Selbstbewusstsein der USA wie in keinem anderen Gebäude.“ (Till Briegler)

Die Bilder der beiden brennenden Bürotürme des World Trade Center nach den Einschlägen der Flugzeuge wurden immer wieder in den Fernsehberichten und Printmedien gezeigt. Damit hatten die Terroristen bereits ein Ziel erreicht, da der 11. September auch als der Krieg der Symbole klassifiziert werden kann. Die Massenmedien, speziell das Leitmedium das Fernsehen, fungierten dabei als Komplizen der entsetzlichen Bilder. Da die Journalisten aufgrund ihrer Chronistenpflicht gezwungen waren, über die Ereignisse zu berichten, ist es den Terroristen gelungen, die Medien für ihre Zwecke zu instrumentalisieren und „für einen Angriff auf die Zivilgesellschaft zu nutzen“ (Thompson 2001, S. 66).

Zentrale Symbole des Kapitalismus und der Globalisierung wurden getroffen und die Zerstörung dieser Bauwerke symbolisierte die Verwundbarkeit der Amerikaner auf eigenem Boden, die in Endlosschleifen in den Medienberichten immer wieder gezeigt wurde.

„Tausende Menschen mussten sterben, weil die Gebäude, in denen sich aufhielten, Symbole sind. Der Anschlag galt weniger ihnen als der Architektur bzw. dem, was es verkörperte oder was man in ihr sah oder treffen wollte. Die Interpretation von Symbolen scheint für Terrorakte noch entscheidender als in herkömmlichen Kriegen.“ (Ludwig Seyfarth)

Die Ruinen des World Trade Centers standen nach ihrer Zerstörung gleichsam als Symbol für eine Tragödie, die über die faktischen Opfer und die Gebäudeschäden weit hinausgehen. Ein Symbol der freien Welt war durch den Anschlag getroffen worden. Um diese Katastrophe zu kompensieren, wurde auf den Trümmern der Hochhäuser die amerikanische Fahne als Zeichen der Unbesiegbarkeit aufgebaut. Zahlreiche New Yorker symbolisierten ihre Solidarität und Verbundenheit mit den Opfern und ihrem Land dadurch, dass sie in den darauffolgenden Tagen und Wochen amerikanische Fahnen bei sich trugen. Diese Muster wurde auch von den Medien aufgegriffen. Während die Meldungen über die Terroranschläge und die daraus resultierenden militärischen Konsequenzen in zahlreichen Nachrichtensendungen liefen, wurde im Hintergrund häufig eine amerikanische Fahne eingeblendet.

Eine derartige Symbolik fand auch in einigen bundesdeutschen Printmedien ihre Berücksichtigung. So fügte die deutsche Boulevardzeitung BZ ihren Ausgaben die Stars und Stripes als Papierfahne bei, während die BILD-Zeitung über mehrere Tage dieses Symbol im Hintergrund ihres Logos auf der Titelseite plazierte.¹⁴

Die Verkürzung komplexer politischer Ereignisse auf prägnante Symbole ist also ein typisches Merkmal der Politikvermittlung in der Mediengesellschaft. Dies gilt auch für die Reaktion auf die Terroranschläge in bezug auf den potenziellen Täter. Der vermeintliche Drahtzieher der Terroranschläge, Osama bin Laden, avancierte zum Symbol des Terrors.¹⁵

Das „Gute“ hingegen erhielt ebenfalls einen symbolischen Ausdruck im Rahmen der medialen Politikvermittlung in den USA:¹⁶

¹⁴ Damit hat die BILD-Zeitung wieder einmal die journalistische Berichterstattung mit einem politischen Statement verwechselt. Ebenso kontraproduktiv war der Abdruck von Aufmarschplänen für einen US-amerikanischen Gegenschlag auf Afghanistan, der in der Boulevardzeitung BZ abgedruckt worden ist.

¹⁵ Rasch wurden in den USA Steckbriefe und T-Shirts mit der Aufschrift: „WANTED DEAD OR ALIVE. Osama bin Laden. For mass murder in New York City“ hergestellt, die zwar den verständlichen Hass auf den des Mordes beschuldigten Taliban-Führers dokumentieren, zugleich aber vor-rechtsstaatliche Formen der Verbrechensbekämpfung beim Bekämpfen des „Bösen“ nach dem Muster von Wild-West-Streifen anpreisen.

¹⁶ Besonders beliebt sind in diesem Kontext die Vorgänge symbolischer Politik, die durch inhaltsleeres Scheinhandeln, etwa den nichtssagenden Telefonanrufen zwischen dem Präsidenten Bush und dem New Yorker Bürgermeister Giuliani zum Ausdruck kamen, die zwar Handlungsbereitschaft suggerieren, jedoch so gut wie keinen Informationsgehalt besitzen.

- Bei seiner Rede vor dem Kongress hielt der amerikanische Präsident die Polizeimarke eines Polizei-offiziers hoch, der bei den Rettungsarbeiten am World Trade Center ums Leben kam.
- Bush hat die symbolische Politikinszenierung bei einem Baseball-Spiel am 30.10.2001 fortgesetzt, das er mit dem Wurf des ersten Balles eröffnet hat. Dabei trug er eine Feuerwehruniform.
- Einige Tage zuvor umarmte der Präsident auf den Trümmern des World Trade Center in New York bereits einen Feuerwehrmann und hielt eine Rede, in der er zum Kampf gegen den Terrorismus aufrief.

Eine Erklärung für ein derartiges Verhalten Buschs liegt darin, dass die Kräfte der Feuerwehr im Zuge der Rettungsarbeiten in New York zu Helden wurden und auf den Straßen New Yorks mit Transparenten gefeiert worden sind. Noch nie hat es in Amerika ein derartiges Bedürfnis gegeben, den Beruf des Feuerwehrmanns zu erlernen, wie nach den Terroranschlägen.

Fazit

„Medien dürfen keine Kriege führen. Sie dürfen höchstens darüber berichten.“ (Siegfried Weischenberg, Vorsitzender des Deutschen Journalisten Verbandes)

Weischenberg hat bei der Analyse der Berichterstattung nach den Terroranschlägen in einem Interview in der Berliner Zeitung vom 18.9.2001 zu Recht Kritik an Teilen der Medienberichterstattung geübt. Er wehrt sich gegen den Versuch, durch einfache Erklärungen, komplexe Sachverhalte zu simplifizieren. Die verkürzte Fixierung auf den Täter Osama Bin Laden trägt nur wenig zur Aufarbeitung und Bekämpfung des Internationalen Terrorismus bei, da die politischen Ursachen und Hintergründe derartiger Anschläge durch diese eindimensionale Form der Personalisierung nicht angemessen berücksichtigt werden.¹⁷

Hetze, Vorverurteilungen, unbewiesene Behauptungen und üble Stimmungsmache sind in Kriegszeiten zwar üblich, sie sollten jedoch, Maercks-Franzen (2001) zufolge, nicht der Maßstab der journalistischen Berichterstattung sein.

Zu Recht hat der Deutsche Presserat an die Einhaltung der publizistischen Grundsätze des Pressekodex hingewiesen, indem er die Forderung nach einer besonnenen und kritischen Berichterstattung formulierte. Dabei werden die pauschal-diffamierenden Kommentare über den Islam von dem Pressekontrollorgan in einer Bilanz sicher noch angemessen bewertet, die u.a. dazu geführt haben, dass Menschen islamischen Glaubens auch in Deutschland bedroht worden sind.

Weiterhin sollte die Inflation der Bilder durch die immer wiederkehrenden Aufnahmen der brennenden und zusammenstürzenden Hochhäuser kritisch hinterfragt werden. Wenn immer wieder dieselben Horror-Szenen gezeigt und bisweilen musikalisch-theatralisch untermalt werden, stellt sich doch die Frage, ob damit an einem bestimmten Punkt nicht mehr nur der Voyeurismus der Zuschauer gestillt werden soll.

Dennoch nahmen die Telefonate der beiden Politiker einen breiten Raum im Rahmen der Berichterstattung ein.

¹⁷ Derartige Muster finden sich z.B. in Presseberichten über Bin Laden, der unter der Überschrift „Krieg“ als „Feigling“ klassifiziert wird, der „sich im Afghanistan der Taliban – dem Reich der Finsternis“ verschanzt (vgl. AC-Redaktions-Team (Red.) 2001).

Das Thema „Krieg und Sprache“ sollte bei einer Analyse ebenfalls eine zentrale Rolle spielen. Nachdem bereits im Kosovo-Krieg Spitzenpolitikern bis hin zum Bundeskanzler mit den Worten: „Wir führen keinen Krieg“ zitiert worden sind und sprachliche Euphemismen wie „Kollateralschaden“ strategisch eingesetzt worden sind, um die Grauen des Krieges zu verharmlosen, zeigen sich erneut Tendenzen, die Konsequenzen von Kampfeinsätzen herunterzuspielen.¹⁸

Es bleibt abzuwarten, wie sich die Medienberichterstattung im Zuge des Krieges in Afghanistan weiter entwickelt. Angesichts der bisherigen Erfahrungen im Zusammenhang mit publizistischen Berichten in Kriegszeiten kann davon ausgegangen werden, dass beide Seiten versuchen werden, die Journalisten für ihre Propagandazwecke zu instrumentalisieren (vgl. Schicha 1999, 2001). Es ist wünschenswert, dass die Berichtersteller insgesamt kritisch und distanziert informieren und Versuche der Zensur und Manipulation klar beleuchten und vor allem die Quellen benennen, von denen sie ihre Informationen beziehen.¹⁹ Die bislang in weiten Teilen der Medienlandschaft erfolgte unreflektierte Darstellung von Prozessen symbolischer Politikinszenierung im Anschluss an die Terroranschläge in New York und Washington wird diesem Anspruch bislang jedoch nicht gerecht.

Literaturverzeichnis:

- AC-Redaktions-Team (Red.): Amerika brennt & schlägt zurück. Der Anschlag,, der die Welt erschüttert. Hamburg 2001
- Baum, Achim / Fischer, Anne: Under Attack. Der 11. September und die Folgen in der Berichterstattung der Medien – Eine Dokumentation, herausgegeben vom Adolf Grimme Institut, Marl, Marl/Münster 2001
- Briegler, Till: Drehbuch der Zerstörung. In: Die Woche vom 14.9.2001, S. 13
- Demuth, Claas: Die Stille nach dem Knall. In: Die Woche vom 21.9.2001, S. 27
- Edelman, , Murray: Politik als Ritual, Frankfurt am Main 1976
- Günther, Markus: Sachlich, wenig reißerisch. Die amerikanischen Medien verzichten auf Panikmache und Patriotismus. In: Westdeutsche Allgemeine Zeitung vom 22.9.2001
- Hage, Volker / Wolf, Martin: Die Bilder in uns. In: KulturSPIEGEL 10/2001, S. 14-17.
- Jakobs, Hans-Jürgen / Rosenbach, Marcel: Stunde der Aufklärung In: DER SPIEGEL 39/2001, S. 134 – 136
- Maercks-Franzen, Ulrike: Keine Kriegsrhetorik – und die Meinungsvielfalt nicht beschädigen. In: M – Menschen Machen Medien vom 10/2001, S. 7.

¹⁸ So vertrat der SPD-Generalsekretär Müntefering in einem Interview mit der Süddeutschen Zeitung vom 10.11.2001 die Auffassung, dass es beim Einsatz deutscher Truppen in Afghanistan nicht um Krieg geht, sondern um „globale Terrorismusbekämpfung.“

¹⁹ Ein positives Signal setzt dabei die Redaktion der Frankfurter Rundschau vom 3.11.2001 die der Rubrik: „In eigener Sache“ zum Thema „Zensur“, das folgendes Statement abgegeben hat: „Wesentliche Informationen über die aktuellen militärischen Aktionen und den Folgen unterliegen einer Zensur durch diejenigen Stellen der beteiligten Konfliktparteien, von denen sie verbreitet werden. Eine unabhängige Überprüfung solcher Angaben ist der Reaktion in vielen Fällen nicht möglich. Wir bitten unsere Leserinnen und Leser, dies bei der Lektüre zu beachten.“

- Mejias, Jordan: Für Busch würden sie sogar Latrinen putzen. Journalisten und Werbeleute als Adjutanten: Amerikas Medienkrieg gegen einen überraschend abwehrstarken Gegner. In: Frankfurt Allgemeine Zeitung vom 22.10.2001, S. 51
- Meyer, Thomas: Die Inszenierung des Scheins, Frankfurt am Main 1992
- Meyer, Thomas / Ontrup, Rüdiger / Schicha, Christian: Die Inszenierung des Politischen. Zur Theatralität von Mediendiskursen, Wiesbaden 2000
- Pitzke, Marc: Neue Bilder gegen den Terror gesucht. In: Die Woche vom 5.10.2001, S. 22.
- Sakural, Heiko: Die Bilder der Tragödie. Von der Schwierigkeit, als Karikaturist das unfassbare darzustellen. In: Westdeutsche Allgemeine Zeitung vom 22.9.2001
- Sarcinelli, Ulrich: Symbolische Politik, Opladen 1987
- Sarcinelli, Ulrich: „Staatsrepräsentation“ als Problem politischer Alltagskommunikation: Politische Symbolik und symbolische Politik. In: Gauger, Jörg-Dieter / Stagl, Justin (Hrsg.): Staatsrepräsentation. Berlin 1992, S. 159-174.
- Schicha, Christian: Kriegsberichterstattung zwischen Anspruch und „Wirklichkeit“. Kriterien für den Friedensjournalismus. In: Zeitschrift für Kommunikationsökologie 2/1999, S. 10-13
- Schicha, Christian: Die Rhetorik des Krieges – Anmerkungen zum journalistischen Sprachgebrauch bei Berichten über militärische Konflikte. In: Journalistik Journal 1/2001, S. 17
- Seesslen, Georg: Das furchtbare Bild: Wie der Film sich die Wirklichkeit untertan macht. Über die Analogie von Katastrophe und Kino. In: DIE ZEIT 39/2001 vom 17.9.2001, S. 20.
- Spengler, Tilmann: „Armageddon“. In: Die Woche vom 15.9.2001, S. 15
- Seyfarth, Ludwig: Ruinen überall: Das Projekt Moderne. Gescheiterte Hoffnung nach dem Terror gegen Amerika: Eine Bildbetrachtung aus aktuellem Anlass. In: M – Menschen machen Medien vom 10/ 2001, S. 8-9
- Thomas, Christian: Totale auf den Krieg. Zur Rhetorik und Liturgie des Verteidigungsfalls: Der Westen nach dem Massenmord in Manhattan. In: Frankfurter Rundschau vom 15.9.2001, S. 19
- Thompson, John B.: Bilder als Komplizen. Im Kampf der Symbole haben Amateurvideos und Endlosschleifen den Terror sichtbar gemacht. In: DIE ZEIT vom 20.9.2001, S. 66