

Die eilige Allianz: Terrorismus und Medien*

Hans-Georg Soeffner

I. Die Struktur der eiligen Allianz

„Terrorismus“ - das Kalkül mit der dunklen Aura und Faszination des gezielt erzeugten Entsetzens, die ihre verhängnisvoll unwiderstehliche Zahlkraft der Verschmelzung von extremer Gewalt, plötzlichem Schrecken und gewaltsamem Tod verdanken - will Aufmerksamkeit erzwingen: über die Tat hinaus. Nicht die brutale Tat allein, sondern das Zusammenspiel von Tat und ihrer Wirkung erzeugt den Terror, der im terroristischen Kalkül instrumentalisiert wird: Terrorismus braucht Augenzeugen, die zu Berichterstattem, kollektiven Verstärkern und Missionaren des Schreckens werden sollen.

Monströse, bizarre Taten, ihre Augenzeugen und deren Narrative prägen - wie andere herausragende Leistungen, Personen und ungewöhnliche Begebenheiten - unsere Mythen, die Heldenlieder, die heiligen Bücher, die Literatur, aber auch die abendländische Geschichtsschreibung, die sich in dieser Hinsicht bis heute von ihrem Gründervater Herodot nicht hat lösen können. Außergewöhnlich, ungeheuerlich oder bewundernswert sind also Personen, Ereignisse und Taten nicht einfach von sich aus, sondern sie werden ganz entscheidend von ihren Betrachtern, Berichterstattem und Rhapsoden im Prozess des Kommunizierens geprägt und attribuiert.¹ Tradition und Interpretation sichern die Bestände des Außergewöhnlichen. Kommunikation und Medialisierung bilden auch hier die strukturelle Basis.

Der ‚traditionelle‘ Terrorismus, ausgelöst von grausamen Herrschern, gewalttätigen Eroberern, Banditenbanden, Assassinen, Geheimbünden und anderen ähnlichen Bösewichter-Gruppierungen, erzielte seine Wirkung immer schon dadurch, dass er in einen größeren medialen Zusammenhang eingebettet war und diesen - schon vor Macchiavelli - bewusst zu nutzen verstand. Und was allgemein für die Berichterstattung über das galt, was für wichtig, erstaunlich oder erschreckend und daher für berichtenswert gehalten wurde, galt auch für ihn: Die Geschwindigkeit der Weiterverbreitung war an die Leistungsfähigkeit, den Aktionsradius, die Verteilungsdichte, Verkehrswege etc. der jeweils zur Verfügung stehenden Medien gebunden. Im gleichen Maße, in dem sich die mediale Verbreitungsgeschwindigkeit - zunächst mit dem Telegraphen, dann mit Radio, Fernsehen, globalen Medienverbünden und Internet - dem Präsentischen der ‚Echtzeit‘ annäherte und immer mehr ‚authentisch‘ bebildert wurde, steigerte sich das Ungewöhnliche durch mediale Überbietungstechniken zur Sensation, schrumpfte die Zeit zwischen geschehenem Ereignis und

* Vortrag vom 15.06.2006, aktualisiertes Manuskript.

¹ Zur Entstehung von gesellschaftlich akzeptierter ‚Realität‘ vgl.: Berger, Peter L.; Luckmann, Thomas (1966 [1971]), Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit; grundlegend dazu auch: Husserl, Edmund (1992), Die Krisis der europäischen Wissenschaften und die transzendente Phänomenologie, in: Edmund Husserl, Gesammelte Schriften, hrsg. von Elisabeth Ströker, Band 8, Hamburg, insbesondere § 47.

Bericht zur Fiktion der ‚Aktualität‘ (‚aktuelle Berichterstattung‘), und das diskursiv sequentielle Narrativ verwandelt sich in die ‚effektiv geschnittene‘ Bildfolge.

Die zeitliche Verdichtung und Verkürzung der Kommunikationsprozesse, in denen das Berichtswerte erzeugt und vermittelt wird, führt allerdings - trotz der beinahe grenzenlosen Speicherungsmöglichkeiten der modernen Medientechnologie - nicht auch zu einer Steigerung der Bewahrungsdauer dessen, was berichtet wird. Im Gegenteil; das nicht mehr Aktuelle wird zunehmend zum Unwichtigen, vom Reißwolf des Präsenzzwanges geschreddert und immer schneller sowohl aus dem kollektiven Gedächtnis als auch aus individuellen Wissensbeständen aussortiert. Zudem entsteht bei dem tendenziell omnipräsenten und dauerhaft mit medialer Aktualität versorgten Zuschauer beinahe zwangsläufig die Illusion, er sei, während er vor dem Bildschirm sitzt, mitten im Geschehen, also tatsächlich ‚dabei‘. Stattdessen wird jedoch mit eben dieser Illusion der Sachverhalt verdeckt, dass mit zunehmender Medienrezeption ein immer größerer Verlust an verlässlicher Eigenerfahrung verbunden ist: Die medial gesteigerte vorgebliche Weltnähe produziert faktisch eine wachsende Weltfremdheit im Hinblick auf das, was man aus eigener Erfahrung, aus erster Hand weiß. B. Traven schrieb nach dem Ersten Weltkrieg in der von ihm selbst herausgegebenen Zeitschrift „Der Ziegelbrenner“: „Wenn ich die Gewissheit hätte, dass ein Befehl, den ich erlasse, vollzogen würde, dann würde ich befehlen: ‚Ich untersage allen Menschen, meine Anschauungen zu ihren eigenen zu machen; [...] wenn ihr Anschauungen haben wollt, so verschafft euch eigene.“² Travens Befehl wäre heute kontinuierlich als Subtext zu medial präsentierter ‚Realität‘ zu lesen.

Den Terrorismus zeichnet immer schon dies aus: Täter, Opfer und unmittelbare Augenzeugen, diejenigen, die den terroristischen Akt selbst erfahren, bilden die kleinste Gruppe. Die eigentliche Zielgruppe besteht aus den narrativ und medial versorgten ‚Second hand‘-Erlebenden. Je größer der Verbreitungsgrad und je höher die Verbreitungsgeschwindigkeit des medial erzeugten kollektiven Entsetzens ausfallen, umso besser geht das terroristische Kalkül auf. Auf dieses wirkungsorientierte Grundgesetz setzt der moderne Terrorismus. Er findet dafür heute bessere Voraussetzungen als je zuvor.

Die ‚alten‘ Medien (Presse, Telegraph/Telefon, Radio, Film) sind mit den neuen (Fernsehen, Internet) technisch und organisatorisch in einem globalisierten Mediennetz zusammengewachsen. Sensoren und Aufzeichnungsgeräte dieses Medienverbundes sind weltweit postiert. Globalisierte Berichterstattung, internationale Konkurrenz der Berichterstatter und Nachrichtenhändler setzen in ihrem Wettbewerb die technischen Verbreitungs- und Beschleunigungsinstrumente immer extensiver ein. Fiktion und Realisierung der Berichterstattung in Echtzeit nähern sich zunehmend einander an. Dabei werden global organisierte Mediensysteme und weltweit erreichbare Rezipienten durch ein gemeinsames Strukturmerkmal aneinander gebunden: durch globale Präsenz. Präsenz bedeutet hier dreierlei: gleichzeitige Anwesenheit, gleichzeitige Erreichbarkeit, gleichzeitige Ver-

² Zitiert nach Barth, Rüdiger / Bielefeld, Marc (2005), *Wilde Dichter. Die größten Abenteuer der Weltliteratur*, München, S. 311.

fügbare. Wer diese mediale Struktur für die Wirkung seines Handelns nutzt - sei es für Politik, Propaganda, Wirtschaft, Werbung, ideologischen Messianismus oder für eine Form des Terrorismus, die all dies miteinander zu verknüpfen versucht -, findet eine hervorragende Basis vor: global verfügbare Medien für ein global verfügbares Publikum.

Unterschiede in der medialen Verbreitungsdichte machen für Terroristen diejenigen Regionen attraktiv, in denen technische Infrastruktur, mediale Präsenz und Erreichbarkeit eines Publikums am Effektivsten aufeinander bezogen sind. Hier lassen sich sowohl die schnellste mediale Reaktion als auch die scheinbar unmittelbarste Wahrnehmung und Verbreitung medial figurierter Entsetzens stimulieren. Der Anschlag vom 11. September 2001 macht diesen Zusammenhang besonders deutlich. Das World Trade Center, Symbol des ‚westlich‘ dominierten Weltwirtschaftssystems, vereinigte alle zuvor genannten Strukturmerkmale in nahezu idealer Weise in sich.³

Zwar verdanken wir einige der wirkkräftigsten Bilder dieses Anschlages dem Zufall, dass ein Kamerateam der New Yorker Agentur ‚Gamma Press‘ - unfreiwillig symbolträchtig - an einer Dokumentation über ‚Feuerwehrleute bei einer Übung‘ arbeitete und der Kameramann reaktionsschnell mit seiner Kamera der anfliegenden Maschine bis zu deren Einschlag in einen der Türme folgte. Aber beide Türme des Centers waren ohnehin, wie andere symbolisch prominente Territorien auch, von Aufzeichnungsgeräten umgeben, jenen strategisch positionierten Tentakeln des Mediensystems, die uns occasionell auf Abruf mit Bildern versorgen können. - Entsetzen auf der einen, offener oder verdeckter Jubel über den ‚Erfolg‘ des Anschlages auf der anderen Seite wurden mitgetragen und verstärkt durch den - ebenfalls medial verdichteten - symbolischen Hintergrund, der sich mit dem ‚Big Apple‘ als Wirtschafts-, Medien-, Kultur- und Lebens(stil)zentrum verbindet. Der Anschlag auf dieses symbolische Zentrum verbindet maliziös hinter sinnig das terroristische Kalkül mit dem aus dem Show-Business stammenden Motto aus dem Frank-Sinatra-Song „New York, New York“: „If I can make it there, I’ll make it anywhere!“

Was das Zusammenspiel von moderner technischer Infrastruktur, globalisierten Mediensystemen und terroristischem Kalkül angeht, lassen sich nun einige markante Strukturmerkmale beschreiben:

- Die Nutzung der technischen Infrastruktur hochentwickelter Länder zur Schwächung eben dieser Technik. Komplexität auf der einen und dichte, elektronisch gesteuerte Vernetzung der unterschiedlichen technischen Systeme auf der anderen Seite machen diese Infrastruktur hochgradig anfällig: Sie liefert alle Elemente, mit denen sie bekämpft wird, selbst. Insofern wirkt die terroristische Attacke, die sich dieser Elemente bedient, auf den Gesamtverbund wie die Schwächung seines Autoimmunsystems. Die Medien als Indikatoren und Verstärker der durch die terroristische Attacke ausgelösten ‚Infektion‘ des Systems tragen zu dessen - zumindest vorübergehender - Schwächung oder gar Lähmung bei.

³ Zur Analyse des Anschlages vgl. auch: Soeffner, Hans-Georg (2005), Gewalt als Faszinosum, in: ders., Zeitbilder, Frankfurt a. M., insbesondere S. 80 ff.

- Omnipräsenz und Verfügbarkeit sowohl der Medien als auch des Medienpublikums ermöglichen es, dass jedes ‚größere‘ Ereignis - sei es die Fußballweltmeisterschaft, der katholische Weltjugendtag, die Tsunami-Katastrophe oder ein terroristischer Anschlag - medial präsentisch reproduziert, das heißt tatsächlich oft in Echtzeit bebildert und überallhin als Nachrichtenprodukt geliefert und in kürzester Zeit - beliebig oft wiederholt - ‚gestellt‘ werden kann.
- Präsentische Ordnung und vorwiegend bildgestütztes Arrangement der Ereignispräsentation bewirken - je nach Anhängerschaft auf der Täter- oder Opferseite - eine Gleichschaltung des Schreckens und Entsetzens bei der einen oder des Triumphes bei der anderen Partei. Die zeitliche Koordinierung der Erregung führt zu einer durch Kommunikation synchronisierten Erlebnisintensität und dementsprechend zu einer Steigerung des kollektiven Affektes und des darauf folgenden Ressentiments.
- Diese medial erzeugte und gestützte Kollektivierung der Emotionen bei einem - tendenziell - entterritorialisierten Publikum bildet die strukturelle Basis für den Versuch einzelner Personen oder Gruppen, die ‚unerhörte‘ Tat zum Ausgangspunkt und als Anlass für eine Charismatisierung der Täter, ihres (An-)Führers oder einer Gruppe bzw. ‚sozialen Bewegung‘ zu wählen.

II. Zur Vorgeschichte der eiligen Allianz

Die strukturelle Allianz von Medien und Propaganda - basierend auf der Möglichkeit und Hoffnung, medial kollektive Überzeugungen, Emotionen und Weltanschauungen von einem staatlichen, religiösen oder ökonomischen Zentrum aus erzeugen und steuern zu können - hat (s. o.) eine lange Vorgeschichte. Mit der Entstehung des modernen Pressewesens, der Telegraphie und der zunehmenden Bebilderung der Nachrichten erhielt diese Allianz einen neuen Schub. Sie wurde immer enger und zugleich augenfälliger. Politische Versuche der medialen Erzeugung öffentlicher Erregung und der Manipulation kollektiver Emotionen häuften sich.

In Deutschland und Frankreich dürfte Bismarcks strategische Veränderung und Veröffentlichung der ‚Emser Depesche‘ eines der bekanntesten Beispiele hierfür sein. Den Hintergrund bildeten Verhandlungen König Wilhelms I. mit dem französischen Gesandten V. Graf Benedetti in Bad Ems. Gegenstand war die französische Forderung nach einem generellen Verzicht auf die Thronkandidatur eines Hohenzollern in Spanien.⁴ In einem telegraphischen Bericht unterrichtete H. Abeken den preußischen Kanzler Otto v. Bismarck über den Stand dieser - im Prinzip geheimen - Unterredung (13.07.1870). Bismarck kürzte und redigierte den Text dieser Depesche so, dass der Eindruck entstehen musste, der französische Gesandte habe seine Forderungen ebenso brüsk wie ultimativ vorgetragen. Dadurch entfachte die Veröffentlichung des manipulierten Textes öffentliche Empörung in Preußen. Zugleich stellte die Veröffentlichung des Verhandlungsverlaufes - nach damaligem diplomatischem Verständnis - eine schwerwiegende Kompromittierung Frankreichs dar. Da

⁴ Der Erbprinz Leopold von Hohenzollern-Sigmaringen hatte bereits auf eine Thronkandidatur in Spanien verzichtet.

das Verhältnis zwischen Frankreich und Preußen seit langem äußerst angespannt war, zog Bismarcks Provokation, wie von ihm geplant, die Kriegserklärung Frankreichs nach sich (19.07.1870). Strategie und Propaganda - Erzeugung öffentlicher Empörung in beiden Ländern, Einstimmung des eigenen Lagers auf einen ‚gerechtfertigten‘ Krieg - wurden so erfolgreich aufeinander bezogen, dass die ‚Emser Depesche‘ als gelungenes Manipulationsmodell zur Nachahmung geradezu aufforderte und dementsprechend zahlreiche Nachahmer fand.

Mit der technischen Reproduzierbarkeit von Bildvorlagen, vor allem aber mit der Fotografie und der von ihr suggerierten Realitätsnähe des Bildes wuchs die Macht der Bilder in der Presseberichterstattung und gegenüber der Leserschaft. Propagandistisch profitierte hiervon insbesondere die Kriegsberichterstattung. So war der Krimkrieg (1853/54 - 1856), in dem das Bündnis aus osmanischem Reich, England und Frankreich dem zaristischen Russland gegenüberstand, nicht nur der erste ‚moderne‘ Stellungskrieg, sondern auch der erste Medienkrieg; ein Krieg, zu dessen Schauplätzen somit sowohl das Schlachtfeld als auch die internationale Medienberichterstattung wurden. Es waren vor allem englische Pressefotografen, mit deren Bildern die Alliierten ihre Bevölkerung und die internationale Presse ihr Publikum versorgten.⁵ Während man hier weitgehend auf das neue Bildmedium setzte, versuchte das zaristische Russland, durch Zensur die Kontrolle über die Bilder und somit auch über die innerrussische Propaganda nicht zuletzt dadurch zu behalten, dass die ‚Bildokumentation‘ des Kriegsgeschehens sich ausschließlich auf Kupferstiche und vergleichbare traditionelle Techniken stützte. Da auch Kupferstiche auf durchaus drastische Weise Schrecken und Brutalität des Krieges zeigen können, war es weniger die Sorge darum, dass die bildliche Darstellung des Krieges allzu grausam ausfallen könnte, als vielmehr die Furcht vor dem (vorgeblich) realistisch-dokumentarischen Charakter und damit dem scheinbar ‚unmittelbaren Wahrheitsgehalt‘ der Fotografie, die der zaristischen Zensur die Kupferstiche als weniger gefährlich erschienen ließen. Bereits an diesem frühen, ‚modernen‘ Medienkrieg - und an der ihm etwas später folgenden Bildberichterstattung über den Burenkrieg (1899 - 1902) - lässt sich erkennen, dass es vor allem in demokratisch verfassten Staaten - aber nicht nur dort - wegen der technischen Struktur sowie der Konkurrenz der Mediensysteme und ihrer Vermarktung zu einem wachsenden Spannungsverhältnis zwischen politisch gesteuerter und sich verselbständigender öffentlicher Meinung kommt. Auf der einen Seite wächst das Misstrauen der Rezipienten gegenüber staatlichen Manipulationsversuchen, auf der anderen lässt - angesichts der kaum beherrschbaren Eigendynamik der Medien und der Vielfalt bzw. Konkurrenz der Medienberichterstatte - das Vertrauen politischer Akteure in die Wirksamkeit amtlicher Pressepolitik spürbar nach.

Selbst im deutschen Kaiserreich, in dem Bismarcks erfolgreiche Manipulation der ‚Emser Depesche‘ noch in guter Erinnerung ist und die Entwicklung des Staates zu einer selbstbewussten Demokratie viel zu wünschen übriglässt, beginnt man, die Macht der Presse zu fürchten. Der Zweifel an Möglichkeiten, die öffentliche Meinung zu steuern, wächst. Einer der eifrigsten Warner vor dem ‚nicht mehr zu bändigenden

⁵ Vgl. hierzu: Barret, André (1977, „Les premiers reporters photographes“) 1848 - 1914, Paris.

Einfluss der Presse' ist Reichskanzler von Bülow, der diesen neuen Machtfaktor während seiner gesamten Amtszeit (1900 - 1909) zu spüren bekommt. Er verdankt den Einstieg in seine Karriere dem kaiserlichen Intimus Philipp Graf (ab 1900 Fürst) zu Eulenburg, der seinerseits Gegenstand anhaltender öffentlicher Attacken Maximilian Hardens (ursprünglich: Felix Ernst Wilkowski) wurde. Harden bezichtigte in der von ihm herausgegebenen politischen Wochenschrift ‚Die Zukunft‘ den Fürsten der Homosexualität und löste damit eine öffentlich debattierte Affäre aus, in deren Mittelpunkt zwar Eulenburg stand, die indirekt aber auch den Kanzler erreichte. Einander ablösende langwierige Prozesse (1907 - 1909, Beleidigungsklage gegen Harden, Meineidsprozess gegen Eulenburg) sorgten dafür, dass die Affäre in der Presse zu einem Dauerthema wurde. Als schließlich der Reichskanzler seinerseits wegen einer massiven Nachlässigkeit in der sogenannten ‚Daily-Telegraph-Affaire‘⁶ in die öffentliche Kritik geriet und das Vertrauen des Kaisers verlor, bekam er selbst die Macht der Presse unmittelbar zu spüren.

Vor seiner Entlassung (1909) warnte von Bülow mehrfach in Reden vor dem Reichstag vor dem nicht mehr zu kontrollierenden Einfluss der Presse. Diese neue Macht, so von Bülow, könne sogar bewirken, dass künftige Kriege nicht mehr von der Diplomatie und der Kabinettpolitik, sondern durch ‚die leidenschaftliche Erregung der öffentlichen Meinung‘ ausgelöst würden, so dass die Erregung nicht nur Presse und Parlament, sondern auch die Exekutive mit sich fortreiße. Dass die Presse ihrerseits sich ihrer neuen Machtstellung bewusst war, zeigt eine dem amerikanischen ‚Pressezaren‘ Hearst zugeschriebene Anweisung an seine Bildjournalisten: ‚You furnish the pictures. I furnish the war.‘



William Randolph Hearst, der von seinem Vater die Zeitung ‚San Francisco Examiner‘ geerbt hatte, baute sein multimediales Presseimperium - bestehend aus Zeitungen, Magazinen, Nachrichtenagenturen, Rundfunkstationen und Filmstudios - so weit aus, dass er schließlich davon überzeugt war, er könne nicht nur die Politik steuern, sondern er habe auch ‚das gleiche Recht wie der Präsident‘, für die Nation politisch aktiv zu werden, wenngleich er bei dem Versuch, von der demokratischen Partei für das Amt des Präsidenten nominiert zu werden, scheiterte. Aber immerhin hatte er sich schon 1898 - wie er glaubte: erfolgreich - bemüht, u. a. durch den gezielten Einsatz dramatisierter Bildberichterstattung eine antispanische Stimmung in den USA zu erzeugen und sein Land in den spanisch-amerikanischen Krieg zu treiben (vgl. die oben genannten Anweisungen an seinen Bildkorrespondenten Frederic Remington). Gemeinsam mit Joseph Pulitzer, dem Eigner der ‚New York World‘, publizierte Hearst - auflagensteigernd - Fotografien von spanischen Militäreinheiten, die gefangene kubanische Aufständische in Konzentrationslagern malträtieren. Die damals von ihm medial erzeugte Wirkung entspricht der, die heute von der - nicht manipulierten - Bildberichterstattung über Verbrechen im irakischen Militärgefängnis Abu Ghraib und über Zwangsmaßnahmen in Guantanamo ausgehen.

Wenngleich Hearst, Vorbild für Orson Welles’ Film „Citizen Kane“, bei vielen seiner politischen Ambitionen Niederlagen erlitt, hatte er doch begriffen, welche politischen Einflussmöglichkeiten sich auch in demokratischen Staaten aus konzentrierter Medienmacht und konzertierter Medienaktion gewinnen ließen. Offensichtlich war Hearst - ebenso wie von Bülow - davon überzeugt, dass die neue vierte Gewalt erfolgreich eine eigenständige Politik betreiben, zumindest aber die politischen Institutionen unter Druck setzen könne.

Im Gegenzug, aber mit dem gleichen Credo in die Suggestivkraft der Medien, versuchten totalitäre politische Systeme wie die Nationalsozialisten in Deutschland, die Faschisten in Italien und die Kommunisten in der Sowjetunion, durch Zentralisierung und ‚Gleichschaltung‘ der unterschiedlichen Medien Informationspolitik, Propaganda und weltanschauliche Schulung so zusammenzuschließen, dass keine Gegenöffentlichkeit entstehen konnte. Diese Gleichschaltung gehört zu den wesentlichen Voraussetzungen für einen Staatsterrorismus, gegen den sich ein kollektiver Widerstand kaum mehr organisieren lässt. Goebbels’ Propagandaministerium, Mussolinis Medienverbund ‚Luce‘ und Stalins Propagandamaschinerie, der wiederum ‚Luce‘ als Vorbild diente, veranschaulichen eindrücklich das Steuerungs- und Indoktrinationspotenzial zentralisierter, ideologisch unterfütterter Medienpoli-

⁶ Mit dieser Affäre war eine Verfassungskrise verbunden. Kaiser Wilhelm II. wurde vorgeworfen, er habe sich durch ein ‚persönliches Regiment‘ über die Verfassung hinweggesetzt, indem er eine eigene, mit der Regierung nicht abgestimmte Außenpolitik betrieb. Hintergrund war die Veröffentlichung seiner Gespräche mit englischen Freunden (1907), veröffentlicht am 28.10.1908 im Daily Telegraph. Die Veröffentlichung dieser Gespräche ließen den Eindruck entstehen, Wilhelm II. betreibe gegen eine Mehrheit in Deutschland eine eigenständige, probritische Außenpolitik, indem er während des Burenkrieges eine antibritische Kontinentalkoalition verhinderte. Allerdings hatte der Kaiser - völlig korrekt - den Text vor der Veröffentlichung dem Reichskanzler zur Prüfung vorgelegt. Bernhard H. von Bülow seinerseits hatte diesen Text äußerst nachlässig geprüft und freigegeben.

tik.⁷ Dabei korrespondiert die radikale Zensur nach innen mit der äußersten Anstrengung, das Eindringen von Informationen aus dem Ausland zu verhindern. Hier findet der Medienkrieg an mehreren Fronten statt. Während einerseits Propagandasender ihre Botschaften nach außen auszustrahlen versuchen, arbeiten andererseits Störsender mit immer ausgeklügelteren technischen Feinheiten daran, die Gegenpropaganda im Frequenzendickicht zu ersticken. Auch nach dem Zweiten Weltkrieg wird sich dieses Strukturmuster bis zum Ende des ‚Kalten Krieges‘ halten.

III. Erscheinungsformen und Tendenzen der eiligen Allianz

Neben technischer Perfektionierung und propagandistischer Gleichschaltung der Medien zielte die Medienpolitik sowohl im nationalsozialistischen Deutschland und im faschistischen Italien als auch in der Sowjetunion wesentlich darauf ab, charismatische Herrschaft⁸ und ihren personalen Kern, den politischen und weltanschaulichen Führer, medial anschaulich zu machen, wirkungsvoll, das heißt auratisch, zu präsentieren und so die charismatische Herrschaft abzusichern. Da über die „Geltung des Charisma [...] die Bewährung“ entscheidet, die ihrerseits auf dem Glauben der Anhängerschaft beruht, der charismatische Führer sei mit „übernatürlichen oder übermenschlichen oder mindestens spezifisch außeralltäglichen, nicht jedem zugänglichen Kräften oder Eigenschaften [begabt]“,⁹ die sich in seinen Taten zum Ausdruck bringen, kommt es bei der Darstellung von Charisma elementar darauf an, Außeralltäglichkeit, Tatkraft und Erfolg des charismatischen Führers zu einer auratischen Gestalt zusammenzuschließen. Denn es ist, wie Weber feststellt, nicht die ‚tatsächliche‘, von jedermann anerkannte Vorbildlichkeit, Heldenhaftigkeit oder Heiligkeit einer Person, durch die Charisma entsteht und sich erhält. Vielmehr leuchtet die Ausstrahlung des charismatischen Führers nur „im Umkreis der Geltung des Glaubens“¹⁰ der Gefolgschaft an das Charisma: Was der Gefolgschaft des Charismatikers als heldenhaft, überwältigend und mitreißend erscheint, wirkt auf dessen Gegner oft als groteske Karikatur (vgl. Chaplins „Diktator“).¹¹

Max Webers Charakterisierung charismatischer Herrschaft setzt - wie seine Ausführungen zeigen - an bei politischen Strukturen, Situationen und Gesellschaftstypen, die historisch den gegenwärtigen Mediengesellschaften vorausliegen. Dementsprechend sind in solchen Zeiten die Bewährungsfelder, auf denen der charismatische Führer sich darum bemühen muss, bei seiner Gefolgschaft den

⁷ Vgl. hierzu: Raab, Jürgen; Tänzler, Dirk (1999), Charisma der Macht und charismatische Herrschaft. Zur medialen Präsentation Mussolinis und Hitlers, in: Anne Honer, Ronald Kurt und Jo Reichertz (Hrsg.), Diesseitsreligion. Zur Deutung und Bedeutung moderner Kultur, Konstanz, S. 59 - 77, und: Tänzler, Dirk (2000), Das ungewohnte Medium. Hitler und Roosevelt im Film, in: Sozialer Sinn. Zeitschrift für hermeneutische Sozialforschung, 1, S. 93 - 120.

⁸ Zum Begriff „charismatische Herrschaft“ vgl.: Weber, Max (⁵1976), Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie, Tübingen, insbesondere S. 140 ff. und S. 654 ff.

⁹ Ebd. S. 140.

¹⁰ Ebd. S. 124.

¹¹ Zur Fundierung und Reichweite unterschiedlicher politischer ‚Wahrheiten‘ vgl.: Voegelin, Eric (⁴1991), Die neue Wissenschaft der Politik, Freiburg/Breisgau, München.

Glauben an die Geltung seines Charismas zu erzeugen und wach zu halten, noch anders verfasst. Sie setzen eine Art unmittelbarer Augenzeugenschaft voraus, wie fragwürdig diese im Einzelnen auch sein mag: Die außergewöhnliche Tat, Leistung oder Vision muss bezeugt werden können von möglichst vielen, die ‚dabei‘ waren, bevor das Ereignis durch kollektive kommunikative Bearbeitung zur Heldengeschichte, zum Mirakel oder zur Anekdote verfestigt wird (s. o. I).

Diese - am Anfang der Bewährung stehende - unmittelbare Augenzeugenschaft wird in den gegenwärtigen Mediengesellschaften ersetzt durch Kameralente und Aufzeichnungsgeräte, die nahezu allen Bewährungsfeldern, auch jenen, die sich außerhalb der Studios befinden, den Status von Medienkulissen zukommen lassen. Für den Charismatiker kommt es nun weniger darauf an, sich gegenüber unmittelbar Anwesenden und Beobachtenden zu bewähren, sondern sich vielmehr effektiv innerhalb von Medienkulissen und vor den Kameras zu bewegen.¹² Gelang es Hitler, Mussolini und Stalin noch, die Medien weitgehend erfolgreich zu steuern, so gestaltet sich das Verhältnis zwischen Medien und politischen Akteuren oder Gruppierungen, die sich der Medien bedienen wollen, gegenwärtig erheblich ambivalenter. Nicht zuletzt der zunehmende Einsatz von Medienexperten (‚Spindoctors‘) verweist darauf, dass den Medien eine Eigendynamik zugeschrieben wird, die den politischen Akteur (und nicht nur ihn), sofern er sich nicht adäquat vor den Kameras zu bewegen versteht, in eine hilflose Karikatur seiner selbst verwandeln kann.

Auf der anderen Seite belohnen Medien diejenigen, die beim Publikum ‚ankommen‘. Einerseits bleibt daher politisches Handeln, das nicht durch eine mediale ‚Performance‘ begleitet und bekannt gemacht wird, den Bürgern weitgehend fremd oder verborgen - insofern muss politisches Handeln medial dargestellt und entsprechend ‚symbolisch‘ vermittelt werden¹³ -, andererseits droht die Gefahr, dass pure Performance und permanente Medienpräsenz allein schon für politisches Handeln gehalten werden und dieses ersetzen können. Politikertypen wie Berlusconi, der ungeniert Mussolini-Auftritte bis hin zur Gestik und Wortwahl kopiert, veranschaulichen die Möglichkeiten einer Gratwanderung zwischen diesen Polen. Zugleich zeigen die seit dem Aufeinandertreffen von John F. Kennedy und Richard Nixon (1960) üblich gewordenen ‚Fernsehduelle‘ von politischen Spitzenkandidaten die Präsentations- und Performancezwänge moderner Mediengesellschaften.

Es kann nicht verwundern, dass diese Zwänge zu einer inflationären Verwendung der Ausdrücke ‚Charisma‘ und ‚Charismatiker‘ geführt haben. Zwar führte schon Max Weber in seiner Charismatiker-Typologie Propheten, Rechtsweise, Jagdführer, Kriegshelden, „geniale Seeräuber“, politische Helden, den „heiligen Franz“ und sogar Berserker (bezeichnenderweise keine Redner) auf,¹⁴ aber gegenwärtig schreibt man die auratische Strahlkraft dieser ‚Gnadengabe‘ schon Provinzpolitikern, Managern, Moderatoren, Nachrichtensprechern, Models oder Fußballern

¹² Zu dabei entstehenden unfreiwilligen Fehlleistungen vgl.: Soeffner, Hans-Georg (21993), Geborgtes Charisma - Populistische Inszenierungen, in: ders., Die Ordnung der Rituale. Die Auslegung des Alltags 2, Frankfurt a. M., S. 177 - 202.

¹³ Vgl. dazu die Einleitungskapitel aus: Soeffner, Hans-Georg / Tänzler, Dirk (Hrsg.) (2002), Figurative Politik. Zur Performanz der Macht in der modernen Gesellschaft, Opladen.

¹⁴ Vgl.: Weber, Max, Wirtschaft und Gesellschaft, a.a.O., S. 140 und S. 655.

(Maradona) zu. Es ist charakteristisch für solche Zuschreibungsprozesse, dass dabei die Bühnen, Laufstege, Stadien, Studios, in und auf denen sich die charismatische Strahlkraft bewähren soll, von den Studioscheinwerfern beleuchtet und angestrahlt werden. Medial erzeugtes oder verstärktes Charisma nutzt die Fähigkeit vor allem der Bildmedien, die Affekte eines großen, aber anonymen Publikums zu koordinieren, zu kollektivieren und durch Wiederholungen bzw. Zitationsschleifen zu verstärken (s. o. I). Das globalisierte Mediennetz und die Entterritorialisierung eines tendenziell weltweit erreichbaren Publikums ermöglichen ihrerseits die Internationalisierung medial geschaffenen charismatischen Potenzials. Dieses wiederum zielt auf die Menge derer, die von ‚charismatischen‘ Predigern, politischen Aktivisten, sozialen Bewegungen und eben auch Terroristen zum Glauben an die Geltung der außergewöhnlichen Botschaft oder der Legitimation der ‚unerhörten Tat‘ geführt werden sollen.

Hierbei lassen sich zwei einander gegenüberstehende und zugleich ergänzende Tendenzen beobachten:

- (1) Ein Messianismus ohne Messias (Derrida). Dazu zählen nicht nur die sozialen Bewegungen unterschiedlichster Art (von politischen Aktivisten über Umweltschützern bis hin zu religiösen Erweckungsbewegungen), sondern auch kollektivierte Opferhaltungen, die - wie Selbstmordattentate - durch die unerhörte, heldenhafte und damit die Täter tendenziell charismatisierende Tat zu Legitimation und Nachahmung aufrufen sollen. Ähnliches gilt für medial erzeugte und verstärkte kollektive Aufwallungen, wie sie - strukturell entterritorialisiert, aber inhaltlich ideologisch vergemeinschaftend - anlässlich des ‚dänischen Karikaturenstreits‘ beobachtbar waren. Ziel dieses kollektiv getragenen Messianismus war die Vereinigung aller unterschiedlichen islamischen Gruppen in einer *gemeinsamen Reaktion*, an der die prätendierte Existenz der ‚Umma‘ - die alle islamischen Nationen, Glaubensrichtungen und Gruppierungen übergreifende Gemeinschaft aller Muslime - sichtbar gemacht werden sollte.
- (2) Ein Messianismus, in dessen Zentrum ein charismatischer Führer steht, der über die Verknüpfung von Tat, Botschaft und Medium eine Gefolgschaft erzeugen und erhalten will. Dieser Messianismus braucht einen innerweltlichen Stellvertreter als Propheten des Kampfes um religiöse und/oder politische Befreiung. Erfolg erzielt er nur dann, wenn die ihm zugeschriebene oder durch ihn motivierte unerhörte Tat möglichst unmittelbar nach ihrer Ausführung medial sowohl präsentiert als auch kommentiert wird und er selbst bei der Kommentierung eine zentrale Stellung einnimmt. Dementsprechend muss er, wie es Khomeini (zunächst von Paris aus 1978, dann im Iran seit 1979) und später Osama Bin Laden in ihren Fernseh- und Videobotschaften vorführten, versuchen, ‚ex cathedra‘ zu sprechen und gleichzeitig weltweit - von Freund und Feind - ex medio wahrgenommen zu werden.

Der Typus dieses telekommunikativ verstärkten, von den Medien präsent gehaltenen messianischen Kommunikators - von Derrida metaphorisch prägnant als ‚Telekhomeini‘ benannt - weist noch wesentliche Merkmale des von Max Weber charakterisierten charismatischen Führers auf, hat aber darüber hinaus, was die

Geschwindigkeit der Verbreitung und den Verbreitungsgrad seiner Botschaft, die mögliche Größe der direkten oder indirekten Gefolgschaft, aber auch die durch ihn ausgelöste Feindschaft und damit die Potenzierung seiner positiven oder negativen Wirkung angeht, eine neue Qualität gewonnen. Es ist eine Qualität, die Telekommunikation aller Art zugute kommt. Nutznießer dieser neuen Qualität werden somit auch Propheten des Terrors, terroristische Gruppen (ETA, IRA, Al Qaida etc.) und die terroristischen Akteure selbst.

Hierbei ist es nicht einmal nötig, dass die zentralen Akteure des medial verstärkten Terrors über ein eigenes Mediennetz verfügen. Wichtig ist vor allem, dass es gelingt, die eigenen ‚Produktionen‘ in das bestehende, pikanterweise im Wesentlichen von den Gegnern betriebene, global arbeitende Mediensystem einzuspeisen – auch hier also die technische Infrastruktur des Gegners nutzend: Man kann sich darauf verlassen, dass der Wettbewerb der westlichen Medienmarktführer (CNN, MTV, N-TV, BBC etc.) mit ihren arabischen Konkurrenten (Al Jazeera, El Arabia) dafür sorgen, dass die Terrorbotschaften nicht nur weltweit, sondern auch wiederholt und auf allen Kanälen ausgestrahlt werden. – Wie sehr diese moderne Form des Terrors in die mediale Verfasstheit der Gegenwartsgesellschaften eingepasst ist, lässt sich daran erkennen, dass der terroristische Anschlag schon vor seiner Ausführung medial gerahmt wird: Den Anschlagsserien gehen über das Mediennetz verbreitete und dramatisierte ‚Kriegserklärungen‘ voraus. Sie schaffen die Atmosphäre von Unsicherheit und unheilvollen Erwartungen, die ihrerseits vom terroristischen Effekt des später folgenden tatsächlichen Anschlags bestätigt und verstärkt werden.

Wie gut Osama Bin Laden das medial aufgerüstete Instrumentarium des modernen Terrorismus beherrscht – immer wieder auf den Dreiklang von Ankündigung, Tat und Kommentar/Botschaft setzend –, zeigte sich schon bei den ‚Kriegserklärungen‘ vom 2. September 1996 und vom 23. Februar 1998 sowie den darauf folgenden Attentaten und Kommentierungen. Nach dem 11. September 2001 setzte sich die Serie fort mit den Anschlägen auf ein Hotel in Mombasa (2002), auf die U-Bahn in Madrid (April 2004) und auf die U-Bahn in London (Oktober 2005). Die ‚Hintergrundmusik‘ zu diesen ‚herausgehobenen‘ Anschlägen bilden Serien von beinahe alltäglichen (Selbstmord-)Attentaten wie im Irak und in Israel. Die Leerstellen zwischen den jeweiligen Anschlägen – das Verschwinden Bin Ladens, das öffentliche Rätseln über seinen Aufenthaltsort oder gar möglichen Tod – stimulieren zusätzliche Phantasien. Sie konservieren das Bild des Charismatikers, auch wenn dieser selbst nicht agiert. Zugleich trägt der aus diesen phantasiegeschwängerten Leerstellen entstehende Geheimnisschleier zur Auratisierung des Al-Qaida-Chefs und seiner terroristischen Gefolgschaft bei.

Alexander Schuller hat, implizit mit Karl Mannheims Konzept der ‚Generation‘ argumentierend,¹⁵ in der FAZ vom 28.05.2006 darauf hingewiesen, dass die Schaffung einer vorwiegend medial strukturierten, auf der Verknüpfung unterschiedlicher Medien basierenden und tendenziell global verfassten Öffentlichkeit in einem engen Zusammenhang steht mit der ‚generationalen Lage‘ derer, die dieses Mediennetz schufen und/oder nutzen: Bill Gates (Anfang 50) ist zwei Jahre älter als Osama Bin Laden; die meisten Moderatoren der Nachrichten gehören ebenfalls dieser Altersgruppe an. Das Gleiche gilt für die neue Politikergeneration (Angela Merkel ist zwei

Jahre älter als Bill Gates), aber ebenso für die neue, global tätige Generation der Manager, Internetbanker, Filmregisseure, Werbefachleute, Show-Business- oder Sportvermarkter und auch für international pendelnde ‚Teamchefs‘ oder Fußballtrainer (J. Klinsmann). Sie alle bilden eine medial und international orientierte Gemeinschaft von Brüdern und Schwestern im Geiste eines neuen Öffentlichkeitsverständnisses, dessen Artikulationsrahmen die großen Medienbühnen bieten.

Allerdings weisen die Nutzungsmöglichkeiten, die das weltumspannende Medienetz - beispielhaft das Internet - eröffnet, aller undifferenzierten Globalisierungsrhetorik zum Trotz in gegensätzliche Richtungen. Das global positionierte Mediennetz ist zwar einerseits Propagandist und Statthalter der wirtschaftlichen, technischen und informationellen universalisierenden Globalisierungskräfte, aber andererseits lässt sich gerade mit Hilfe des Internets eine kaum überschaubare Anzahl von Nischen herstellen, in denen sich alle Arten von - wie auch immer - Gleichgesinnten treffen und von anderen Gruppen absondern können. So bewegen sich - im Gegenzug zu globalen Universalisierungstendenzen - Partikularisten jedweder Schattierung, paradoxerweise weltweit, in nach außen gut abgeschirmten Maschen des Mediennetzes. Geheimtreffs, Hinterzimmer von Kneipen und ‚konspirativ‘ gemietete Wohnungen werden ergänzt oder ersetzt durch raumlose Internet-Rooms: ideale Treffpunkte auch für Sektierer und Fundamentalisten. Nirgendwo expandieren und blühen dementsprechend Verschwörungstheorien besser als im Internet. Und wenn sich, wie im vergangenen Jahr in Chicago, Verschwörungstheoretiker auch einmal zu einer ‚Kommunikation unter Anwesenden‘ treffen, als Belege für ihre Theorien die Medien (vorwiegend das Internet) zitierend, dann sind es wiederum - diesmal die öffentlich-rechtlichen - Medien, die über das Treffen berichten, mit dem Ziel, medial die medial konstruierten Verschwörungstheorien zu widerlegen. Schöner kann sich eine Medienschleife kaum darstellen.

An solchen Schleifen zeigt sich denn auch das strukturell angelegte Dilemma der öffentlich-rechtlichen wie auch der privaten Nachrichtensender. Beide sehen sich - im Gefolge der europäischen Aufklärung und der sich dieser verdankenden, demokratischen Verfassungen - gefordert, Informationspflicht und objektive Berichterstattung miteinander zu verbinden. Beide verfallen jedoch nicht nur in Kriegs- oder Krisenzeiten immer wieder der Gefahr, zu Propagandainstrumenten oder weltanschaulich festgelegten Botschaftern ihrer jeweiligen Trägergesellschaften zu werden, sondern sie stehen darüber hinaus auch unter Wettbewerbsdruck. Damit vermischen sich in der Nachrichtenberichterstattung Informations- und Warencharakter der ‚Produktion‘. Zielt Ersterer auf umfassende und detaillierte Unterrichtung der *Bürger*, so geht es Letzterem um den erfolgreichen Verkauf einer Nachricht und damit um die Stimulierung von Aufmerksamkeit: um die Produktion von und den Handel mit Sensationen für ein *Publikum*. Die Angst davor, niedrige Einschaltquoten zu erzielen, Käufer zu verlieren und auf Werbeeinnahmen verzichten zu müs-

¹⁵ Mannheim, Karl (1970), Zum Problem der Generation. In: ders., Wissenssoziologie. Auswahl aus dem Werk, eingeleitet und hrsg. von Kurt H. Wolff, Neuwied/Berlin S. 509 - 565. Vgl. dazu auch: Niethammer, Lutz (2006), Generation und Geist. Eine Station auf Karl Mannheims Weg zur Wissenssoziologie. In: Tänzler, Dirk / Knoblauch, Hubert; Soeffner, Hans-Georg (Hrsg.), Neue Perspektiven der Wissenssoziologie, Konstanz, S. 209 - 234.

sen, schafft zwischen den Wettbewerbern einen permanenten Überbietungszwang: den Wunsch nach immer neuen, attraktiven Waren für übersättigte Märkte. Da aber die Welt nicht täglich grundsätzlich inhaltlich Neues zu bieten hat, gilt es, das zu Berichtende inszenatorisch aufzuputzen, den informatorischen Sachgehalt immer dramatischer zu bebildern. Zwangsläufig wird dadurch der über einen Bericht räsonierende ‚gut informierte Bürger‘¹⁶ ersetzt durch ein von Showeffekten angeregtes, oft auch aufgewühltes und emotionalisiertes Publikum. Sind es zunächst Fotografien oder Videoaufnahmen (Hinrichtung von Geiseln), die von Terroristen an die Medien weitergegeben und von diesen - zunächst ausschnittsweise, später immer ausführlicher - in die Berichterstattung einbezogen werden, so spielen sich zunehmend staatliche und private Sender auf der einen und die Täter auf der anderen Seite die Bilder zu. Saddam Husseins Hinrichtung (30.12.2006) bietet hierfür das bisher aktuellste Beispiel. Zeugen der Hinrichtung, überwiegend Gegner Saddams, filmen verdeckt die Tätigkeit der Scharfrichter und das Opfer, spielen kurz darauf den Medien die Bilder zu und bringen damit ansatzweise schon eine Produktionsallianz von ‚Tätern‘ und Berichterstattern hervor. Letztere, ‚seriöse‘ Zeitungen eingeschlossen, überschwemmen ihr Publikum weltweit mit diesem Produkt. Von einer Hemmschwelle ist nichts mehr zu spüren.

Schluss

Allen prominenten Warnern (Baudrillard, Flusser, Virilio et al.) zum Trotz spielt sich unser Leben, oder was wir dafür halten, nicht nur und nicht einmal überwiegend in den Medien und durch Medienvermittlung ab, wenngleich unsere Sehgewohnheiten, Relevanzsetzungen und Gesprächsstoffe weitgehend durch Medien beeinflusst sind und genährt werden.¹⁷ Daher findet die Auseinandersetzung mit den Medien - wie sollte es anders sein - ebenfalls weitgehend in den Medien statt. Nicht zufällig handelt es sich bei den bekannten Medienkritikern (s. o.) um Medienstars der ‚kulturellen Nachtsendungen‘ für Intellektuelle.

Gegenüber solchen gängigen, meist ideologisch überfrachteten Medienkritiken hebt sich ein Versuch ab, der mit Hilfe eines spezifischen Bildmediums, der Fotografie, Distanz sowohl gegenüber einem herausragenden Ereignis als auch gegenüber der bildlich bewegten Nachrichtenberichterstattung erzeugen will. Der Fotograf Thomas Hoepker hat den 11. September 2001 zum Anstoß genommen, das ‚ruhende‘, aus der Distanz aufgenommene, dokumentarische Bild mit unserer Erinnerung an die dramatische Film- und Videoberichterstattung zu konfrontieren. Dabei erzeugt er eine Betrachtungsweise, die - einerseits auf unsere Erinnerung setzend - die Dramatik und Affektbesetztheit erhält, mit der wir ‚ursprünglich‘ auf die

¹⁶ Vgl. dazu: Schütz, Alfred (1972), Der gut informierte Bürger, in: ders., Gesammelte Aufsätze II., Studien zur soziologischen Theorie, Den Haag S. 85 - 101; dazu auch: Soeffner, Hans-Georg (21995), Die Inszenierung von Gesellschaft - Wählen als Freizeitgestaltung, in: ders., Die Ordnung der Rituale a.a.O., S. 157 - 176.

¹⁷ Vgl.: Soeffner, Hans-Georg; Raab, Jürgen (2004), Sehtechniken. Die Medialisierung des Sehens, in: Soeffner, Hans-Georg (Hrsg.), Auslegung des Alltags - Der Alltag der Auslegung, Konstanz, S. 254 - 284.

damalige Berichterstattung reagierten, die uns aber andererseits das Bild einer Situation entgegenhält, in der sich ein in das Ereignis (noch) nicht involvierter Betrachter - also der ‚normale‘ Fernsehzuschauer - üblicherweise befindet. Das Foto zeigt eine Gruppe von entspannt plaudernden jungen Leuten - zwei Frauen und drei Männer -, die einen sonnigen Herbsttag am Ufer des East River



verbringen. Wir als Betrachter sehen diese friedliche Gruppe. Sie ist vertieft in eine ‚Face-to-face‘-Unterhaltung. Zugleich registrieren wir am anderen Ufer, in der Ferne, die Rauchwolken des brennenden World Trade Centers. Die von dem Foto bei uns erzeugte Irritation beruht darauf, dass wir - zusammen mit unserem Vorwissen - vorbewusst-unmittelbar und gleichzeitig unser Wissen und Entsetzen über den Terroranschlag mit der Ahnungslosigkeit der Plaudernden appräsentativ zusammenführen.¹⁸ Implizit entwerfen wir dabei schon jetzt das Szenario, dem sich die Plaudernden bald gegenübersehen werden: Entweder sie entdecken von selbst, was sich auf Manhattan ereignet, oder sie werden es in den Abendnachrichten erfahren. Wir jedenfalls betrachten eine - durch das Foto dokumentierte - Szene, in der die von uns Betrachteten (noch) in Distanz sind sowohl zu dem Ereignis selbst, das sie von ihrem Standort aus auch gar nicht adäquat interpretieren könnten, als auch von der sie später erreichenden Medienberichterstattung. So positioniert uns der Fotograf, indem wir diese Distanz realisieren, auch in Distanz zu uns selbst. Gleichzeitig erinnert er uns daran, dass in einer Welt globalisierten Terrors tendenziell der Schrecken

¹⁸ Zum Begriff der ‚Appräsentation‘ vgl.: Husserl, Edmund (1931 [1992]), *Cartesianische Meditationen*, hrsg. von Elisabeth Ströker, Hamburg, S. 50 f. und S. 111 ff. Zur neueren Diskussion über die Präsenzproblematik vgl. auch: Gumbrecht, Hans Ulrich (2004), *Diesseits der Hermeneutik. Die Produktion von Präsenz*, Frankfurt a. M..

in jede Alltagssituation, real oder medial, Einzug halten kann. Vor allem aber beweist Hoepker, wie viel mehr an Einzelinformationen, Reflexionspotenzial und Interpretationsmöglichkeiten ein gut komponiertes Einzelbild gegenüber einer Serie dramatischer, bewegter Bilder bieten kann.

Generell gilt darüber hinaus, dass Stereotypen, wie sie durch Mund-zu-Mund-Propaganda, mediale Zitierschleifen und Sehgewohnheiten erzeugt werden, am Ehesten überwunden oder zumindest korrigiert werden durch persönliche Erfahrungen, die uns zwingen, medial oder vom Hörensagen transportierte Klischees in Frage zu stellen. So zeigt eine Studie des Essener Zentrums für Türkeistudien (2006), dass die in der Studie befragten Muslime - offensichtlich bezogen auf die Medienberichterstattung - erklären, nach dem 11. September 2001 habe sich die öffentliche Meinung in Deutschland verstärkt gegen Muslime gewandt. Gleichzeitig berichten sie, dass sich ihr Verhältnis zu deutschen Nachbarn, mit denen sie sich regelmäßig trafen, nicht verschlechtert, sondern sogar verbessert habe.

Für eine der naivsten, liebevollsten und hoffnungsfrohesten Globalisierungs-Utopien oder Illusionen, die ich zum Schluss zitiere, lässt sich dementsprechend feststellen, dass sie nur dann eine Chance hat, realisiert zu werden, wenn die medial produzierte Öffentlichkeit unterlaufen wird durch reale, alltägliche Kontakte zwischen Menschen:

„Sobald der Mensch in der Kultur fortschreitet und kleinere Stämme zu größeren Gemeinschaften vereinigt werden, so wird das einfache Nachdenken jedem Individuum sagen, dass es seine sozialen Instinkte und Sympathien auf alle Glieder derselben Nation auszudehnen hat, selbst wenn sie ihm persönlich unbekannt sind. Ist dieser Punkt einmal erreicht, so besteht dann nur noch eine künstliche Grenze, welche es abhält, seine Sympathien auf alle Menschen aller Nationen und Rassen auszudehnen.“¹⁹

Literaturverzeichnis

Barret, André

1977 *Les premiers reporters photographes, 1848 - 1914*. Paris: Duponchelle, „Trésors de la photographie“.

Barth, Rüdiger / Bielefeld, Marc

2005 *Wilde Dichter. Die größten Abenteurer der Weltliteratur*. München: Malik.

Berger, Peter L. / Luckmann, Thomas

1966 [1970] *Die gesellschaftliche Konstruktion der Wirklichkeit*. Frankfurt a. M.: S. Fischer.

Darwin, Charles

1872[2000] *Der Ausdruck der Gemütsbewegungen bei dem Menschen und bei den Tieren*. Kritische Edition, herausgegeben von Paul Ekman. Frankfurt a. M.: Eichborn.

Gumbrecht, Hans Ulrich

2004 *Diesseits der Hermeneutik. Die Produktion von Präsenz*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

¹⁹ Darwin, Charles (1872 [2000]), *Der Ausdruck der Gemütsbewegungen bei dem Menschen und bei den Tieren*, kritische Edition, hrsg. von Paul Ekman, Frankfurt a. M., S. 399.

Husserl, Edmund

- 1992 Die Krisis der europäischen Wissenschaften und die transzendente Phänomenologie. In: Edmund Husserl, *Gesammelte Schriften*, herausgegeben von Elisabeth Ströker, Band 8. Hamburg: Felix Meiner.

Mannheim, Karl

- 1970 Zum Problem der Generation. In: ders., *Wissenssoziologie*. Auswahl aus dem Werk, eingeleitet und herausgegeben von Kurt H. Wolff. Neuwied/Berlin: Luchterhand.

Niethammer, Lutz

- 2006 Generation und Geist. Eine Station auf Karl Mannheims Weg zur Wissenssoziologie. In: Tänzler, Dirk; Knoblauch, Hubert; Soeffner, Hans-Georg (Hrsg.), *Neue Perspektiven der Wissenssoziologie*. Konstanz: UVK.

Raab, Jürgen / Tänzler, Dirk

- 1999 Charisma der Macht und charismatische Herrschaft. Zur medialen Präsentation Mussolinis und Hitlers. In: *Diesseitsreligion. Zur Deutung und Bedeutung moderner Kultur*, hrsg. von Anne Honer, Ronald Kurt und Jo Reichertz, S. 59 - 77. Konstanz: UVK.

Schütz, Alfred

- 1972 Der gut informierte Bürger. In: ders., *Gesammelte Aufsätze II.: Studien zur soziologischen Theorie*, S. 85 - 101. Den Haag: Martinus Nijhoff.

Schuller, Alexander

- Usama Bin Ladins Medien- und Mordagentur Al Qaida hat den Kampf um die Weltherrschaft revolutioniert: Die Umma wird global und unfassbar. Und passt am Ende doch zum Westen? *FAZ*, 28.05.2006

Soeffner, Hans Georg

- ²1995^a Geborgtes Charisma - Populistische Inszenierungen. In: ders. (Hrsg.), *Die Ordnung der Rituale. Die Auslegung des Alltags 2*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
²1995^b Die Inszenierung von Gesellschaft - Wählen als Freizeitgestaltung. In: ders., *Die Ordnung der Rituale*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
 2005 Gewalt als Faszinosum. In: ders. (Hrsg.), *Zeitbilder. Versuche über Glück, Lebensstil, Gewalt und Schuld*. Frankfurt a. M.: Campus.

Soeffner, Hans-Georg / Raab, Jürgen

- 2004 Sehtechniken. Die Medialisierung des Sehens. In: Soeffner, Hans-Georg (Hrsg.), *Auslegung des Alltags - Der Alltag der Auslegung*. Konstanz: UVK.

Soeffner, Hans-Georg / Tänzler, Dirk (Hrsg.)

- 2002 *Figurative Politik. Zur Performanz der Macht in der modernen Gesellschaft*. Opladen: Leske und Budrich.

Tänzler, Dirk

- 2000 Das ungewohnte Medium. Hitler und Roosevelt im Film. *Sozialer Sinn. Zeitschrift für hermeneutische Sozialforschung*, Bd. 1, S. 93 - 120.

Voegelin, Eric

- ⁴1991 *Die neue Wissenschaft der Politik*. Freiburg/Breisgau und München: Karl Alber.

Weber, Max

- ⁵1976 *Wirtschaft und Gesellschaft. Grundriss der verstehenden Soziologie*. Tübingen: Mohr Siebeck.