

10410426

Medienrhetorik

Herausgegeben von
Joachim Knappe

Redaktion: Stefanie Luppold

HE 040.056

2. Bz.

Attempto
VERLAG

3316/04

Universität Tübingen
Fakultätsbibliothek Neuphilologie

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <<http://dnb.ddb.de>> abrufbar.

Umschlagabbildung: Tamara de Lempicka. Telephone II, 1930. © VG Bild-Kunst, Bonn 2004.

Herausgeber und Verlag bedanken sich bei der Vereinigung der Freunde und Förderer der Universität Tübingen (Universitätsbund) e.V. für die finanzielle Unterstützung der Drucklegung dieses Bandes.

© 2005 · Narr Francke Attempto Verlag GmbH + Co. KG
Dischingerweg 5 · D-72070 Tübingen

Das Werk einschließlich aller seiner Teile ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung außerhalb der engen Grenzen des Urheberrechtsgesetzes ist ohne Zustimmung des Verlages unzulässig und strafbar. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronischen Systemen. Gedruckt auf chlorfrei gebleichtem und säurefreiem Werkdruckpapier.

Internet: <http://www.attempto-verlag.de>
E-Mail: info@attempto-verlag.de

Gesamtherstellung: Hubert & Co., Göttingen
Printed in Germany

ISBN 3-89308-370-7

Inhalt

× Joachim Knape	
• Medienrhetorik.	
Einleitung zu den Beiträgen.....	1
× Joachim Knape	
• <i>The Medium is the Massage?</i>	
Medientheoretische Anfragen und Antworten der Rhetorik	17
<i>Fabian Klotz</i>	
Zur Medienwertelehre.....	41
× Claus Rieder	
Prolegomena zu einer rhetorischen Analyse des Mediums Theater und seines Mediensystems	51
<i>Klaus Zehelein</i>	
Musiktheater – Text und Institution	69
<i>Franz-Joseph Deiters</i>	
Bilder ohne Rahmen – Zur Rhetorik des Plakats	81
<i>Almut Todorow</i>	
Die „kollektive Macht der Presse“: Zwischen den Galaxien Marshall McLuhans	113
<i>Jörg Metelmann</i>	
Die Kirche der Postmoderne. Das Dispositiv Kino/Film in der Microsoft-Galaxis	141
<i>Jürg Häusermann</i>	
Räume des Radios.....	159
<i>Hans-Werner Ludwig</i>	
Wahrnehmungsmagnet Fernsehen.....	173
× Olaf Kramer	
Rhetorik im virtuellen Raum. Das Internet in medialrhetorischer Perspektive.....	195

Joachim Knape

Katastrophenrhetorik und Strukturdeterminiertheit der Medien. Der Fall des 11. September 2001

Meine Damen und Herren,
in meinem Vortrag geht es nicht um jene furchtbaren und schrecklichen Realitäten, die der Begriff „Katastrophe“ signalisiert. Es geht vielmehr um Kommunikation mit Texten, in denen das Thema Katastrophe verhandelt wird. Ich bitte Sie ausdrücklich darum, meine möglichst distanziert gehaltenen Ausführungen nicht als Rohheit angesichts schrecklicher Dinge zu betrachten. Es geht nicht um die schreckliche Welt, sondern um Bild- und Sprachtexte, die mit ihr in Verbindung gebracht werden können und meistens auch sollen.¹

Die Erzeugung virtueller Realität per Kommunikation

Damit bin ich bereits beim ersten Hauptthema meines Vortrags: dem Problem der Erzeugung virtueller Realität per Kommunikation. Für uns Menschen ist es charakteristisch, dass wir Informationen mittels künstlicher Zeichen über weite Distanzen austauschen können. So kann z.B. ein aus Bildzeichen bestehendes Foto Information über die Zeitdistanz von mehr als hundert Jahren hinweg und den Ozean, der zwischen uns und Vietnam liegt, übermitteln (Abb. 1).

Zeichenkodes und Medien sind künstlich geschaffen worden, um eines zu erreichen: Dimission, Senden über Distanz, d.h. die Überwindung von Zeit und Raum bei der Informationsvermittlung, das Überwinden der Bindung an die primäre körperliche Situation. Wir sehen auf Abbildung 1 ein Artefakt, ein Bild, etwas Künstliches, Bildzeichen, aus denen ein Bildtext konstruiert ist. Wir sehen nicht die natürliche Welt. Was damals oder was am 11. September 2001 in New York geschehen ist, halten Bilder präsent, doch es sind nur Bilder. Auch wenn uns gerade diese unheimliche Präsenz im Sinne einer *media fallacy*, eines Medien-Trugschlusses, Realität suggeriert. Was stellt diese Fototextur der Abbildung 1 (im Sinne des erweiterten Textbegriffs) dar? Nun, eine genau inszenierte Jagdszene, genauer gesagt, das Ende einer Jagd in einer Welt, die zweidimensional ist, offensichtlich nur zwei Grundfarben kennt: schwarz und weiß, und die stumm ist. Es ist eine virtuelle Welt. Im realen Vietnam gab es damals natürlich Farben, es war laut und es roch.

¹ Vortrag gehalten in der Reihe „Willkommen im 21. Jahrhundert“ des Staatstheaters Stuttgart am 25.11.2001. Ich danke Katie Böhme für ihre Hilfe.

Es gibt Tausende Bilder von Tiger- oder Saujagden, die diesem kompositorisch ähneln, nur dass man Tigern und Säuen nicht gleich die Köpfe abschneidet. Aber den Fuß darf man offenbar – wie hier – auf menschliches „Wild“ setzen.



Abb. 1

Wir wissen, dass es eine historische Referenz für dieses Foto gibt. Es sind französische Herren vom Ende des 19. Jahrhunderts, die auf ihrer erfolgreichen „Jagd“ vietnamesische aufständische Bauern erlegt haben, die nicht begreifen wollten, dass die Europäer damals den Rest der Welt zu ihrem Jagdrevier erklärt hatten. Zu Hause in Paris hat das Foto bei den Ehefrauen und Kindern gewiss Eindruck gemacht: der Papa im Jagdglück. Die Konstruktion dieser Wirklichkeitssicht im Foto ist eindeutig, aber natürlich steht es heutigen Vietnamesen frei zu fragen, wieso ihre Vorfahren eigentlich die Rolle des Jagdwilds zu spielen hatten.

Damit sind wir bei einer elementaren Tatsache: Der Kommunikator, der einen Text – hier einen Bildtext – konstruiert, egal mit welcher Technik, bietet eine Wirklichkeitskonstruktion gemäß seiner Interessenlage an. Wir als Rezipienten verarbeiten bei der Interpretation der Textur das Informationsangebot nach unseren Möglichkeiten und gemäß unserer eigenen Interessenlage. Jemand konstruiert und dimittiert Texturen; jemand interpretiert.

Zur Rhetorik: Die rhetorische Betrachtungsweise wendet sich der Seite der Konstruktion, genauer: der strategisch bewussten und gezielten Textkonstruktion eines Kommunikators oder einer Instanz zu, die wir Kommunikator oder gar Orator, also strategischen Kommunikator, nennen.² Ich komme darauf zurück.

² Knappe, Joachim: Was ist Rhetorik? Stuttgart 2000, S. 33 ff. (= Reclams Universal-Bibliothek Nr. 18044).

Was sehen wir auf der 2. Abbildung? Wir sehen diesmal keine streng komponierte, gestellte Jagdszene, sondern ein Streubild, einfach hingemähte Leichen. Im Hintergrund Soldaten, die sich vielleicht gerade von ihrer Tätigkeit des Tötens ausruhen. Das Ergebnis des Schlachtens von Menschen wird hier ohne Pathos, statisch, vor Augen geführt, auch die Töter sehen wir ohne jede Erregung, lässig am Rande des Bildes. Ein Schnappschuss, wieder aus Vietnam, diesmal aus den 1960er Jahren.



Abb. 2

Pathosformeln

Ganz anders ist es, wenn die Bildzeichen keine abgeschlossene Handlung, sondern eine Handlung im Vollzug zeigen, insbesondere, wenn es sich um affektbesetzte Handlungen handelt, z.B. den Vollzug einer Tötung, wie sie auf einem berühmten Foto aus dem Jahre 1968 (Abb. 3) Nguyen Loan, der Polizeipräsident von Saigon, auf der Straße an einem vorbeigehenden Verdächtigen vornimmt.



Abb. 3

Wir können den auf dem Zeigen affektiver oder affektbesetzter Handlungen beruhenden Konstruktions-Kern von Fotos, wie sie die Abbildungen 4 bis 6 zeigen, mit Aby Warburg „Pathosformeln“ nennen.³ Sie rufen einen Kode ab, bei dem ein psychologischer Stimulus-Response-Mechanismus ins Spiel kommt. Das haben antike Theoretiker schon erkannt. Aristoteles etwa wusste in seiner ‚Poetik‘, dass bestimmte, in der Tragödie vorgezeigte Handlungen beim Rezipienten Jammer bzw. innere Rührung und Schauer bzw. Schrecken hervorbringen (*éleos* und *phóbos*) und dass der Körper davon geschüttelt wird, darauf mit einer direkten Ergriffenheit physisch in Form von Entleerung und Reinigung reagiert (*kátharsis*), um dann wieder zur Ruhe zu finden.⁴ Lessing füllt diese Begriffe im 18. Jahrhundert christlich und spricht von Furcht und Mitleid. Die Reinigung beruht dann, so Lessing wörtlich, „in nichts anders“ als „in der Verwandlung der Leidenschaften in tugendhafte Fertigkeiten.“⁵ Diese Wirkung der Leidenschaft (*páthos*) auf unser moralisches Bewusstsein, so möchte ich betonen, gilt bei Pathosformeln generell, nicht nur auf dem Theater.

³ A. Warburg: Sandro Boticellis „Geburt der Venus“ und „Frühling“. In: A. Warburg: Die Erneuerung der heidnischen Antike. Repr. Berlin 1998, S. 1-59 (= Gesammelte Schriften, 1. Abt., Bd. I.1) und A. Warburg: Der Bilderatlas Mnemosyne. Hg. v. M. Warnke unter Mitarbeit v. C. Brink. Berlin 2000, S. 3-6 (= Gesammelte Schriften, 2. Abt., Bd. II.1).

⁴ Aristoteles: Poetik. Griechisch/Deutsch. Übers. u. hg. v. M. Fuhrmann. Stuttgart 1991, 1449 b 25-30.

⁵ Lessing: Hamburgische Dramaturgie, 78. Stück.



Abb. 4



Abb. 5



Abb. 6

Fassen wir an dieser Stelle einige der hier und im Folgenden interessierenden, elementaren Kommunikationstatsachen zusammen:

1. Jede Kommunikation arbeitet künstlich, bringt mittels Zeichen einen Text hervor, der eine eigene künstliche Wirklichkeit, eine virtuelle Realität, konstruiert, auch wenn Außenweltreferenz vorliegen sollte.⁶
2. Immer gibt es einen konstruierenden Kommunikator – einen Einzelnen oder eine Produktionsgruppe –, der etwas Bestimmtes kommunizieren will. Das ist der rhetorische Ansatz.
3. Medien und Kodes unterliegen Struktur determiniertheiten (z.B. sprechen Fotos oder Zeitungen nicht; das Fernsehen riecht nicht). Dies stellt für jeden Kommunikator einen Widerstandsfaktor bei seinen Konstruktionen dar, weil immer bestimmte Konstruktionsmöglichkeiten ausgeschlossen sind. Immer geht bei der Fakten-Kommunikation Primärinformation verloren.
4. Rezipienten interpretieren Texte nach ihren eigenen Interessen und Möglichkeiten. Der rhetorisch arbeitende Kommunikator muss daher solche Textstrategien entwickeln oder seine Texte so determinieren, dass die Rezipienten sein Angebot von Wirklichkeitskonstruktion akzeptieren, sich darauf einlassen und sich im Medienwettbewerb dann möglichst nur an ihn binden.

⁶ Wenn wir unserem ersten Foto sprachlich die Begriffe Töten oder Rangelei, Schlachten oder Rauferei, Krieg, Jagderlebnis, Kampf, Wettbewerb oder gerechte Polizeiaktion zurechnen, so konstruieren wir bereits mit jedem einzelnen Wort eine bestimmte Realität durch die Wahl unserer Worte. Mit allen anderen Zeichenarten, z.B. Bildzeichen, tun wir das auch.

Schwierigkeiten der Fakten-Kommunikation

Nicht erst in den modernen Mediengesellschaften bereiten diese Elementartatsachen allen Beteiligten große Schwierigkeiten, wenn es um Fakten-Kommunikation geht. Was ist damit gemeint? Meine oben ausgeführte Konstruktionsthese akzeptiert man sofort, wenn es um Fiktion, um Dichtung, Lüge oder reines Spiel geht. Nicht jedoch ohne weiteres bei Faktizität, in Chroniken, Dokumenten, Zeugenberichten, deren Rezeption von einer Widerspiegelungshypothese gesteuert wird: Diese Art Texturen, sagt man, vermitteln die extramedialen, wirklichen Tatsachen der Welt. Sie sind kommunikativ sensibel, weil sie Reaktionen hervorrufen, die möglicherweise von großem gesellschaftlichem Stellenwert sein können, indem sie z.B. Kriegshandlungen auflösen oder akzeptabel machen.

Zeichentheoretisch gesehen gibt es aber keinen Unterschied zwischen Fiktionalität und Faktizität. Die von Hollywood erzeugten Katastrophen, die Sie auf den Abbildungen 7 bis 9 sehen können, sind von nicht-fingierten, so genannten authentischen Fotos nicht zu unterscheiden. Jede Bildrealität ist eben nur eine Bildrealität und bleibt in der Kommunikation künstliche Bildrealität.⁷



Abb. 7



Abb. 8

Kommunikative Authentizität gibt es nur dort, wo man sich küssen und schlagen kann. Insofern ist das Theater, das Stuttgarter Staatstheater etwa, in dem ich gerade spreche – für manchen vielleicht paradox –, ein ur-authentischer Ort der Kommunikation.

Ob Zeichen auf ein Faktum außerhalb ihrer selbst verweisen, mithin keine fiktive Konstruktion sind, sondern eine medien-spezifische Re-Konstruktion von externen Fakten, wie wir unterscheidend sagen können, bedarf pragmatischer Zusatzinformationen. Wir müssen etwa aus irgendwelchen Quellen

⁷ Vgl. hierzu auch: G. Seeßlen, M. Metz: Krieg der Bilder – Bilder des Krieges. Abhandlung über die Katastrophe und die mediale Wirklichkeit. Berlin 2002, S. 25–29; K. von Hammerstein, F. Hornig: Die Echtzeit-Katastrophe. In: Der Spiegel 38/2001 (15.09.2001), S. 126 f.; V. Hage, M. Wolf: Die Bilder in uns: Wie die Schreckensvisionen amerikanischer Filme und Romane unser kollektives Unterbewusstsein prägen – und wie sie von der Wirklichkeit überholt wurden. In: kultur SPIEGEL Heft 10/Oktober 2001, S. 14–17.

wissen und dann glauben, dass der Sender CNN normalerweise keine Hollywood-Fakes, sondern referenzgeprüfte Bilder sendet. Die Außen-Realitäts-Vermutung braucht also stets eine Beglaubigungsstütze.⁸



Abb. 9

Ich sprach vom Problem, das auch die sendenden Kommunikatoren mit der medialen Rekonstruktion in modernen Krisen und Kriegen haben.⁹ Der Journalist Ulrich Kienzle hat die Hauptwiderstände bei Medialisierungsbemühungen im November 2001 in einem Interview mit Sandra Maischberger angesprochen. Dabei ging es um folgende Problemlagen:

1. Es ist schwierig, in Krisen überhaupt Sprach- oder Bildtexte für eine mediale Rekonstruktion zu bekommen, weil man etwa von Militär-Quellen abhängt.
2. Bildmaterial muss kontrolliert eingesetzt werden, denn unkontrollierte Botschaften können als unliebsame rhetorische Waffe wirken.
3. Bestimmte Sender werden zu Monopolisten der medialen Wirklichkeits-Rekonstruktion im „globalen Dorf“¹⁰ der neuen Medienwelt.
4. Das Fernsehen bekommt Schwierigkeiten mit seiner Hierarchie kommunikativer Modi, die man in der Sprache der klassischen Rhetorik in absteigender Reihe wie folgt nennen kann: 1. *evidentia*, 2. *narratio*, 3. *argumentatio*. Auf gut Deutsch: Obenan steht Showing, also das Zeigen lebender Bilder als das signifikanteste Strukturmoment des Mediums Fernsehen. Dann erst kommt das Telling, das Erzählen von Geschichten durch Zeugen. Am Ende steht das Talking, also das Besprechen oder Ersatzbequasseln von Fakten, die man nicht oder zu wenig zeigen kann.

⁸ Zu „Realitätsproblemen“ vgl. J. Knappe: Fiktionalität und Faktizität als Erkenntnisproblem am Beispiel spätmittelalterlicher Reiseerzählungen. In: H. Krapp; T. Wagenbaur (Hg.): Künstliche Paradiese, virtuelle Realitäten: Künstliche Räume in Literatur-, Sozial- und Naturwissenschaften. München 1997, S. 47–62, hier S. 52 ff.

⁹ Dazu die Beiträge in M. Löffelholz (Hg.): Krieg als Medienereignis. Grundlagen und Perspektiven der Krisenkommunikation. Opladen 1993.

¹⁰ M. McLuhan, B. R. Powers: The Global Village. Der Weg der Mediengesellschaft in das 21. Jahrhundert. Paderborn 1995 (engl. The Global Village. Transformations in World Life and Media in the 21st Century. Oxford 1989).

gemälde von 5 mal 7 Metern ‚Das Floß der Medusa‘ die Krone auf (vgl. Abb. 12). Er inszeniert den Moment, in dem die Überlebenden erstmals das Rettungsschiff am Horizont sehen, als Moment der Erhabenheit im Schrecken. Davon wird später noch ausführlicher die Rede sein.



Abb. 12

Die Struktur- und Systemdeterminiertheit von Medien

Ich habe schon eine Reihe von kommunikations-, medien-, kode-, zeichen- und rhetoriktheoretischen Aspekten angerissen. Betrachten wir den 11. September 2001 näher. Plötzlich auftretende Katastrophen bringen für die moderne Medienwelt spezielle Probleme mit sich. Bestimmte Fragen stellen sich jetzt in aller Schärfe: Was können die Kommunikatoren angesichts der Katastrophe überhaupt kommunizieren, was wollen sie kommunizieren? Wer ist eigentlich der Kommunikator? Wir stehen bei diesen Fragen vor einer unübersichtlichen Gemengelage. Die Rhetorik denkt natürlich vom einzelmenschlichen Kommunikator her. Doch in den modernen Medienapparaturen ist der Humankommunikator nur schwer als Einzelner zu identifizieren.

Der handlungsmächtige, einzelmenschliche Orator hat es aus seiner Perspektive mit dem übermächtigen Widerstand der Struktur- und Systemdeterminiertheit von Medien und Mediensystemen zu tun. Diese Determiniertheiten zwingen zur medial-textlichen Integration der Katastrophe in die Struktur und es besteht die Gefahr, dass der Kommunikator nur Operator einer Struktur ist.

Drei Hauptfaktoren sind bei solcher Katastrophenkommunikation von Bedeutung:

1. das unerwartete externe Ereignis,
2. die System- und Strukturzwänge der Medien und
3. der Kommunikator, der mit den beiden anderen Faktoren irgendwie professionell fertig werden muss.

Es zeigt sich, dass die Hauptleistung der Kommunikatoren bei einem so exceptionellen Ereignis wie der New York-Katastrophe vom 11. September darin bestand, dieses ungewöhnlich katastrophale in die spezifischen Medienstrukturen zu integrieren.¹¹ Zu den System- und Struktur determiniertheiten unserer Massenmedien gehören zwei Dinge, die im Moment der Katastrophe problematisch werden. Erstens: Massenmedien können nicht nicht kommunizieren, und zweitens: Massenmedien stehen in einem Konkurrenzkampf. Auch die Verarbeitung einer Katastrophe hat diese Determinanten zu berücksichtigen.

Valenzerzeugung durch mediale Verarbeitungsstrategien im Fall des 11. September

Wenn wir uns fragen, wie die medialen Integrationsstrategien aussahen, sind wir bei einem weiteren Hauptthema angelangt: der Erzeugung von Wertigkeit durch mediale Verarbeitungsstrategien. Betrachten wir das Nachrichtenfernsehen, dann die Presse sowie den Fernseh-Unterhaltungssektor.

1. Nachrichtenfernsehen

Am Tag der Katastrophe und auch am Folgetag, also am 11. und 12. September 2001, versuchten die auf Nachrichten eingestellten Fernsehsender eine Bewältigung der Ereignisse auf dreierlei Weise: Dokumentation der Fakten in Form von „Chroniken der Ereignisse“, sodann Ausdruck von Betroffenheit und schließlich Analyse der Ereignisse. Der Einzigartigkeit des Ereignisses gemäß berichtete man monothematisch rund um die Uhr. Doch dies wurde für alle zur Qual, denn die Hauptbedingung, das Vorhandensein von ausreichendem dokumentarischem Material, war nicht erfüllt. So wurden die paar Videos vom Einschlag der Flugzeuge und dem Einsturz des World Trade Centers meist in einer Art Endlosschleife gesendet.¹²

In der physikalischen Außenwelt kann ein Gebäude nur einmal zusammenbrechen. In der Welt der Kommunikation jedoch tagelang, tausende Mal, auf allen Kanälen. Die optische Endlosschleife führt zu einer Einsturzwohle, einer Konstruktion, mit großer rhetorischer Wirkung.

Showing und Telling waren am 12. und 13. September 2001 nicht im wünschenswerten Umfang einzulösen. So war man auf die für das Fernsehen zweitschlechteste Lösung angewiesen: das „Besprechen“ bei magerer Datelage, Talking als Lückenbüßer. Die, medial gesehen, schlechteste Lösung, das „Schweigen“, ist heute aufgrund der Determiniertheiten von Massenmedien

¹¹ Vgl. hierzu auch: M. Emmer u.a.: Der 11. September – Informationsverbreitung, Medienwahl, Anschlusskommunikation. In: Media Perspektiven 4 (2002), S. 166-177.

¹² Vgl. hierzu: J. B. Thompson.: Bilder als Komplizen. Im Kampf der Symbole haben Amateurvideos und Endlosschleifen den Terror sichtbar gemacht. In: Die Zeit Nr. 39 (20. September 2001), S. 66 f.

nicht ohne weiteres möglich. Oder doch? Vor dreißig, vierzig Jahren sendete man bei solchen Anlässen in der ARD durchaus nur Trauermusik zu einem Standbild oder spielte einfach ein Beethoven-Konzert ein. Das geht heute nicht mehr, weil auch wir in der entwickelten Demokratie immer an allem teilhaben wollen.

Und wieder war es die Stunde der Monopolisten wie CNN, deren interner Zensur alle Sender ausgeliefert waren.¹³ So wurden nach amerikanischem Kommet keine Leichenteile gezeigt, höchstens Feuerwehrmänner mit verhüllenden Plastiksäcken.¹⁴ Der Informationsmangel hatte zur Folge, dass das Internet bis an die Grenze des Zusammenbruchs frequentiert wurde, wo man inzwischen auch ohne Zensur drastische Bilder der Toten abrufen kann. In diesem neuen Medium lässt sich offensichtlich eine andere, härtere Bildrealität konstruieren bzw. rekonstruieren.

In der journalistischen Aufarbeitung auch unserer Fernsehsender trat dagegen schon bald eine bemerkenswerte Stilisierung und Abhebung des Ereignisses als eines Ungeheuren hervor, die es menschlichem Mittelmaß entzieht und das Ergebnis bestimmter Ästhetisierungsstrategien war, die uns noch beschäftigen werden.

2. Presse

Auch bei der Presse können die von den journalistischen Kommunikatoren gefundenen Lösungen für die Bewältigung der Katastrophe unter den Stichwörtern „Dokumentation“, „Betroffenheit“ und „Analyse“ subsumiert werden.

Am ungewöhnlichsten reagiert die Frankfurter Allgemeine Zeitung (Abb. 13). Ihr bleibt in diesem Moment die Sprache weg, sie wechselt vom Sprachzum Bildcode und bringt zum ersten oder zweiten Mal in ihrer Geschichte halbseitig Fotos auf der Titelseite. Sprachlosigkeit nicht ganz, denn es gibt eine Headline, die den Tenor der meisten deutschen Titelschlagzeilen repräsentiert: „Krieg“. An den folgenden Tagen kehrte die FAZ wieder zur üblichen Bleiwüste zurück. Die meisten Zeitungen integrieren das besondere Ereignis dennoch in ihre Standard-Struktur und vollziehen damit performativ eine schwächere Wertzuweisung, ungewollt (vgl. das Beispiel in Abb. 14). Dagegen ist die Wertzuweisung als Extreminformation beim ‚Koblenzer Stadt-Anzeiger‘ vom 19. September 2001 durch die völlig deviante, geschwärzte Titelseite eindeutig (Abb. 15). Manche Blätter wählen umstandslos die Betroffenheitsgeste und rufen den Schöpfer an (Abb. 16). Ja noch viel mehr, die Bildzeitung druckt ihr Titel-Logo tagelang mit unterlegter ameri-

¹³ Zur patriotistischen Kriegsberichterstattung in den USA vgl. J. Fleischhauer: Jeden Tag strammstehen? In: Der Spiegel Nr. 46/2001 (12.11.2001), S. 120 ff.

¹⁴ Vgl. hierzu auch: H. M. Kepplinger: Die Medien im Krieg. Journalistische Berichterstattung zu den Terroranschlägen vom 11. September. In: Forschung und Lehre 12/2001, S. 630-631.

kanischer Flagge (Abb. 17). Da bleiben andere Zeitungen mit der affektreichen Herzmetapher etwas zurückhaltender (Abb. 18).



Abb. 13



Abb. 14

¹⁵ Zur patriotistischen Kriegsberichterstattung in den USA vgl. J. Fleischhauer: Jeden Tag strammstehen? In: Der Spiegel Nr. 46/2001 (12.11.2001), S. 120 ff.

AKTUELL & INFORMATIV - und das Woche für Woche aufs Neue

Stadt-Anzeiger

Koblenzer

19. September 2001 Ausgabe 38 A/D - 11. Jahrgang Gesamtauflage 95.215

11. September 2001

Wir trauern mit Amerika und der ganzen Welt.

Abb. 15



Abb. 16



Abb. 17

Im Lokaltitel: Das Horber Zollamt kommt nach Empfinger

SÜDWEST PRESSE

Gesamtauflage 565.000

NECKAR-CHRONIK

Nummer 211 / Mittwoch, 12. September 2001

Heimatzeitung für Horb, Sulz, Freudenstadt und Umgebung

152. Jahrgang / Erscheint 2 x wöchentlich 2,90 DM (€ 0,27) / 5118 A

AUS DEM INHALT

BLICK IN DIE WELT
Die Moderatorin Nina Ruge hat heimlich geheiratet

WIRTSCHAFT
Chaos an den Aktienmärkten rund um den Globus

SÜDWESTSCHAU
Schildewerbung fürs Alleinische: Rast am Verschnaufleck

HORB
Geschenktipp: Ein Buch über die 50er Jahre in Horb

HORB
Ratschkindergarten „Blätschkapp“ sucht Standort

Heute mit M M MITWOCH MARKT

KURZ UND BUNDE

Bundestag will absagen

19/09 / Die schrecklichsten Anschläge der Geschichte mit Tausenden von Toten erschauern die Welt

Supermacht USA ins Herz getroffen

World Trade Center in New York eingestürzt - Pentagon in Washington zerstört - Flugzeuge entführt



Marktagen in Flammen. Das New Yorker Finanzzentrum kurz nach dem Einsturz des World Trade Centers.

Die schrecklichsten Terroranschläge der Geschichte haben die Supermacht USA getroffen und tausende von Menschenleben gekostet. Die schrecklichsten Selbstentzündungen brachten das New Yorker World Trade Center zum Einsturz und griffen das Verteidigungsministerium in Washington an.

NEW YORK/WASHINGTON ■ Inzwischen sind 14 Minuten nach dem Einsturz des World Trade Centers in New York. Das Symbol der Finanzmacht USA an der Wall Street ist in Flammen auf und stürzt etwa eine Stunde später in sich zusammen. In Washington wurde in der Hauptstadt, mindestens hunderttausend Terroristen die Verteidigungsministerien mit einem anderen Flugzeug angegriffen. Eine vierte entführte Passagiermaschine stürzte bei Pittsburgh ab.

Über die Ursachen der Anschläge herrscht bisher Ungewissheit. Sie sind teilweise politisch motiviert, werden aber auch die algerischen Taliban zugeschrieben. In der US-Regierung wird gleichzeitig der Terrorismus durch Leiten Anschläge im Zusammenhang mit dem 11. September als ein weiterer Anschlag auf die Freiheit der Welt gesehen.

Die Anschläge haben weltweit Entsetzen und verstärkte Sicherheitsmaßnahmen ausgelöst. US-Präsident George W. Bush sprach von einem „unprecedented Trauer“. Die UNO-Generalforsammlung wurde in Alarmberei-

in New York mindestens ein Dutzend von Toten. Bürgermeister Giuliani sprach von einer „Jahrtausendzahl verlorener Menschen“.

Nach den Anschlägen in New York und Washington überschlugen sich die Ereignisse. Ein Lager in Indien brach vor völlig chaotischen Tote des Pentagon verloren etc.

Es gab Mitschuldige in Mexiko. Aus dem Zollgebäude des World Trade Centers, in dem sich die Anschläge ereigneten, wurde ein Flugzeug entführt.

Terror in den USA
Lange Luftlinien sind Leertage der Terroranschläge ist den

am Freitag bis zu 20 000 Menschen starben. Tausende Menschen in Paris. Eine eine Stunde nach dem ersten Anschlag auf die Türme, die das zweitgrößte Gebäude der Welt sind, versengte sich ein südlicher Turm einer weiteren Explosion. Darauf stürzte der etwa 411 Meter hohe Gebäude

hinter von Boston nach Los Angeles entgingen war.

Auch eine Boeing 757 der selben Fluggesellschaft auf dem Weg von Washington nach Los Angeles mit 61 Menschen an Bord wurde zu den Anschlägen benutzt. Außerdem wurde die US-Flagge United Airlines den Verlust von zwei weiteren

Abb. 18

Betroffenheit hin, Betroffenheit her, auch die Presseleute kommen natürlich nicht gegen die medialen System- und Struktur determiniertheiten mit entsprechender Neigung zur Selbstbezüglichkeit an. Dazu gehört, dass Zeitungen Werbeträger sind und es sich nicht leisten können, wegen noch so bedeutender Katastrophen ihre Finanzinteressen zu vernachlässigen. Ja, man kann die Katastrophe gut für den Kommerz nutzen. Und so mag für jenen Leser, der die in einer Zeitungsausgabe versammelten Texte in ihrer Zusammenstellung ernst nimmt, der Effekt eintreten, dass sich die mediale Katastrophewelt und die bunte, schöne Werbewelt wechselseitig performativ ironisch aufheben. Alles wird zum Spiel. Das Katastrophale, das Biedere und das Glänzende bilden einen medialen Verein. Was ist da noch ungeheuerlich?

Blättern wir die NEWSWEEK vom 24. September 2001 durch:

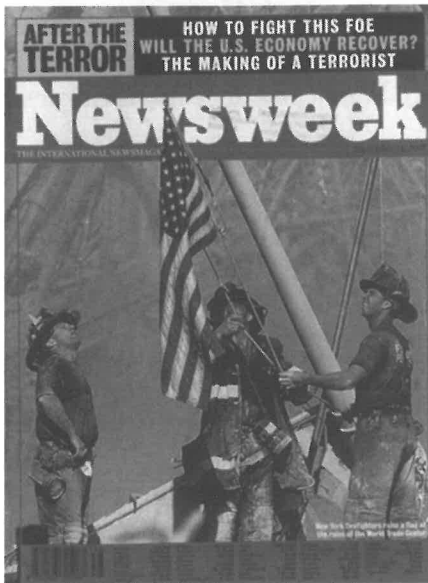


Abb. 19

37 hat Castelli für die beratenden Militärs gleich die richtigen Terminkalender parat (Abb. 24).

Die Titelseite zeigt uns amerikanischen Patriotismus in der Not (Abb. 19); gleich danach auf Seite 1 versichert uns der Pharmakonzern Aventis, dass man sein Leben nach Herzenslust genießen kann (Abb. 20). Auf Seite 2 bieten sich die erdverhafteten Botendienste einer Spedition an, die sich nun bestens der unsicheren Luft auf der gegenüberliegenden Seite entgegensetzen können (Abb. 21). Ab Seite 4 die Bilder der Katastrophe; dann, auf den Seiten 18 und 19 sehen wir eine Frau nach dem Angriff, der Lacoste fatalistisch zuruft: „werde was du bist“ (Abb. 22). Auf Seite 22 wird den im Dunkeln trauernden Frauen New Yorks ein fröhliches „Imagine“ der Elektrizitätsfirma RWE entgegengestellt (Abb. 23), und auf Seite

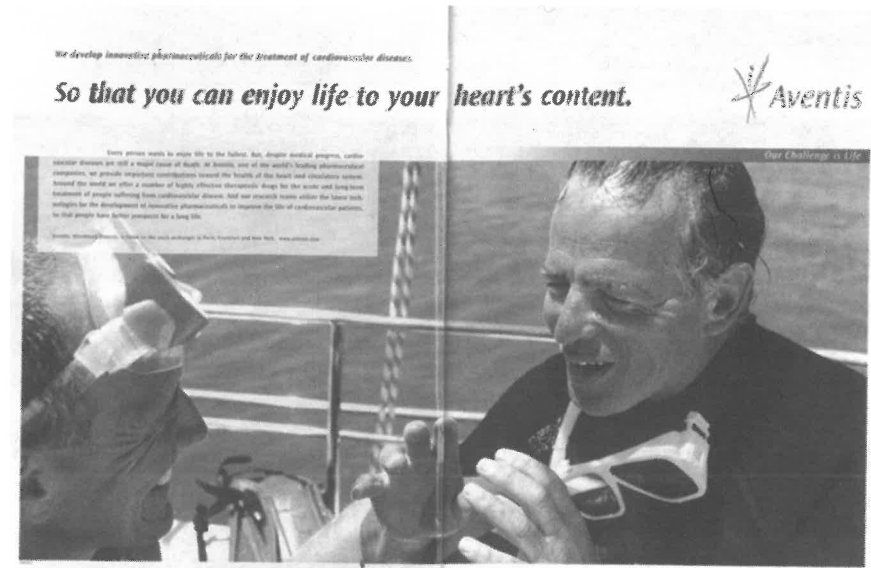


Abb. 20

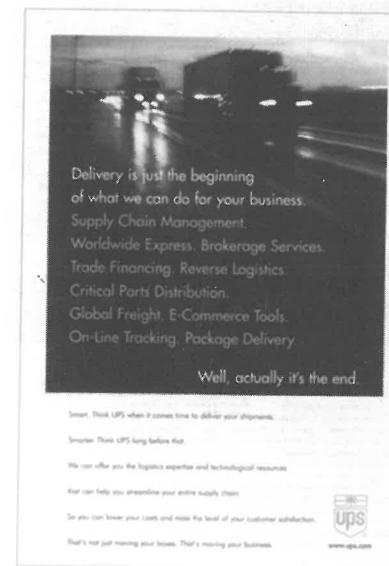


Abb. 21



Die Struktur determiniertheit des Mediums macht diesen von mir hier nur ansatzweise dokumentierten ironischen Effekt unvermeidlich. Die großen Magazine versuchen daher die Besonderheit der in Frage stehenden Ereignisse durch Specials zu würdigen, in denen monothematisch berichtet wird. Und hier tritt nun wieder das ein, was sich schon mehrfach andeutete: Die Katastrophe wird geradezu zum Gegenstand eines ästhetischen Wettbewerbs bzw. eines Spiels mit den Möglichkeiten der Darstellung des absolut Ungeheuren und Unbegreiflichen. Die architektonischen Besonderheiten des World Trade Center fordern offensichtlich dazu heraus, wie etwa im ‚kultur-SPIEGEL‘ (Abb. 25-26).

Da Bilder der toten oder körperlich geschundenen Opfer fast ganz tabuisiert sind, sehen wir statt Pathosformeln, statt affektiver Dokumente des Jammers, immer wieder Bilder der Ruinen mit einer gewissen Großartigkeit (Abb. 27-28), deren ästhetische Modelle wir unschwer in der bildenden Kunst, etwa bei dem Romantiker Caspar David Friedrich, ausmachen können (Abb. 29).

Wir kommen noch einmal darauf zurück.



Abb. 25

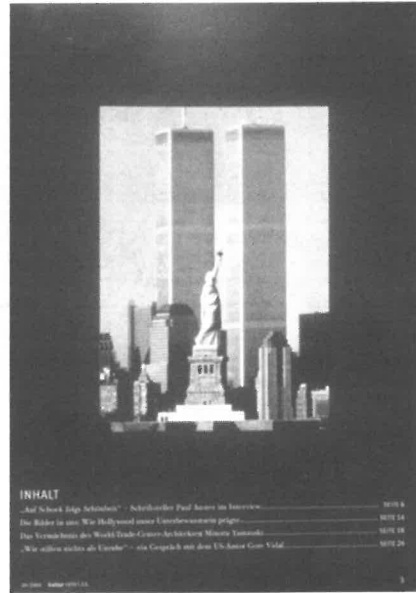


Abb. 26

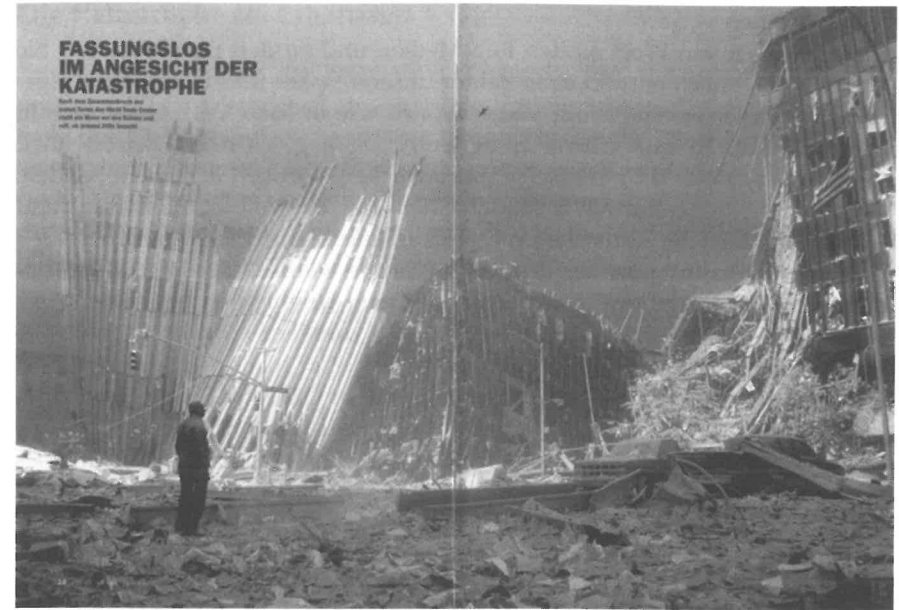


Abb. 27



Abb. 28

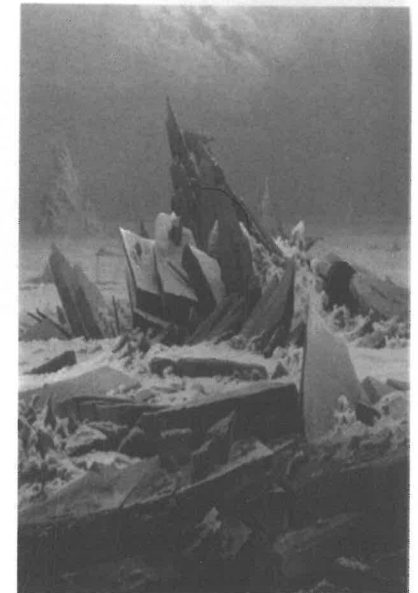


Abb. 29

3. Fun-Medien

Zunächst noch ein Wort zu den Fun-Medien und zu den Fun-Formaten. Sie bedienen den hoch entwickelten Sektor unserer Spaß- und Unterhaltungsgesellschaft. Alles erschütternde Katastrophen wie in New York lassen sich in deren Strukturen nur schwer integrieren. Da liegt es nahe, Betroffenheit durch das eigentlich Unmögliche auszudrücken, nämlich das Nicht-Senden: Der Video-Clip-Sender VIVA sendet einen Tag lang einfach schwarz, und Harald Schmidt, der satirische Daily-Talker, taucht eine Woche lang unter.

Die Unterhaltungssender der Kirch-Gruppe werden tagelang über Stunden gleichgeschaltet, um monothematisch vom Unglück zu berichten. Viele Musiksender bringen speziell ausgewählte „ruhigere“ Musik, in Amerika findet eine Titelsensur statt. „It's raining men“ darf nicht mehr überall ohne weiteres gespielt werden, und selbst der alte Frank Sinatra-Song „New York, New York“ fällt dem kurzzeitig zum Opfer, so wird erzählt.

Hollywood muss aus neuen Filmen plötzlich als anstößig Empfundenes herausnehmen, wie das Spinnennetz zwischen den Twin Towers im Film „Spiderman“ (Abb. 30). Filmpremieren werden verschoben. Klagen über entsprechend horrende Werbeeinnahme-Verluste sind inzwischen bekannt geworden.



Abb. 30

Die Kommunikatoren der Fun-Formate und Fun-Sender haben nur wenig Spielraum. Sie können als Reaktion auf die Katastrophe ganz aussetzen, wie es VIVA getan hat, oder sie müssen Wege finden, das Schreckliche doch in ihre Struktur zu integrieren. Da es sich um Medien und Formate handelt, zu deren Basisstruktur das permanente ästhetische Spiel gehört, auf welchem Niveau auch immer, wundert es nicht, dass bereits sehr früh Versuche unternommen wurden, die Katastrophe auf strukturangemessene Weise zu verarbeiten. Ein entsprechendes Beispiel will ich jetzt am Ende genauer anschauen.

Die Katastrophe als Erhabenes

Zuvor aber nochmals die Feststellung, dass die von der reinen Chronistik und dem Zufalls-Snapshot abweichende Vertextung des Unglücks auch im Falle des 11. September allerorten zu beobachten war. Die Eigengesetzlichkeiten der Codes und Medien schlagen immer wieder durch, weil der spielerische Umgang selbst mit dem Grauen in einer medial anspruchsvoll gewordenen Gesellschaft die Bindungen schafft, die die Medien für ihre Erfolgsbilanz brauchen.



Abb. 31



Abb. 32



Abb. 33



Abb. 34

Burke sagt in seinen Untersuchungen zu den Ideen des Erhabenen und Schönen (Sublime and Beautiful), dass alles, was Gedanken an Qual und Gefahr impliziert – „whatever is fitted in any sort to excite the ideas of pain, and danger“ – oder schrecklich ist bzw. Schreckliches verhandelt – „whatever is in any sort terrible, or is conversant about terrible objects“ –, eine Quelle des Erhabenen ist – „is a source of the sublime“.¹⁷ Nach Kant nimmt natürlich unser Denken die Erhabenheitszuschreibung vor, die sich auf die Größe oder Kraft einer Sache beziehen kann. Sie erzeugt anfänglich eine Unlustreaktion, schlägt dann in Lust um und kann so bedeutungsvoll für unser moralisches Bewusstsein werden, indem sie erlaubt, die Idee der Totalität zu erzeugen. In unserem Fall natürlich die Totalität des Terrors.

Die Ästhetisierung der Katastrophe: „Tribute to the World Trade Center“ von Enya

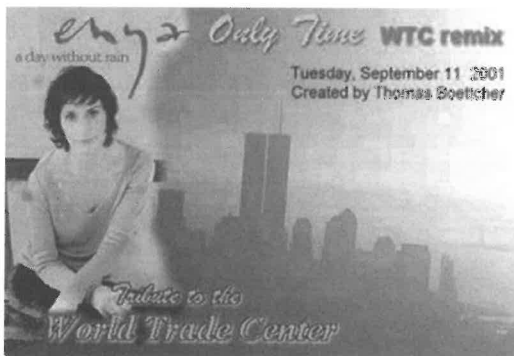


Abb. 37

Der schon angesprochene Strukturzwang der Fun-Formate hat bereits einen Tag nach der Katastrophe des 11. September in New York ein Produkt hervorgebracht, das mit einem Schlag einen seit einem Jahr von der Bildfläche verschwundenen Song der Gruppe Enya zu einem Hit (für Wochen auch bei uns) und in Amerika zur Katastrophenhymne schlechthin machte. Im ursprünglichen Songtext geht es um die üblichen Liebe-Leben-Fragen mit dem Refrain:

„Who can say
where the road goes
when the day flows?
Only time!“

¹⁷ E. Burke: A philosophical enquiry into the origin of our ideas of the sublime and beautiful. Ed. with an introduction and notes by James T. Boulton. London 1958, S. 39.

Und auf der Homepage dazu konnte man auf Englisch lesen: „‘Only Time’ ist eine erhabene (sublime) Mischung aus Romantik und Melancholie.“ Dies war das Stichwort für den Bearbeiter. Sein „Tribute“, sein Gedenkbeitrag zum World Trade Center-Desaster, sollte dieses angeblich Erhabene der Musik ausdrücken. Der Bearbeiter unterlegte zusätzlich Katastrophen-O-Töne, einschließlich solcher von Präsident Bush, und bald gab es auch Video-Clips, die das Unglück in seiner Komposition endgültig zu einem erhabenen Wahrnehmungs-Erlebnis machen wollten. Den erfolgreichsten, nur wenige Minuten dauernden Clip will ich nun abschließend genauer erörtern (ein Bild daraus auf Abb. 37).

Er hat drei Teile:

Erstens: Eine Art Teaser oder Lead, wie es in der journalistischen Sprache heißt, d.h. in drei ganz kurz geschnittenen Einstellungen werden uns der Ort des Geschehens und die Situation vorgestellt: die – noch intakte – Skyline von New York, die brennenden Türme des World Trade Centers sowie Menschen, die in Panik fliehen. Auf der Tonspur sind O-Töne von zwei Augenzeugen zu hören: „I wasn’t looking at it as I was driving past but I just heard a huge explosion.“ „it was like there wasn’t any trouble at all with the plane, he didn’t swoop at all, he just landed directly in the building. It was like ... almost like a grey black color of nature on the plane.“ Zäsur durch eine weiche Ausblendung.

Dann zweitens der Hauptteil, der aus zwei Sequenzen besteht:

In der ersten Sequenz werden uns Vertreter der betroffenen Gruppen in eindrücklichen knappen Szenen mit O-Ton-Komponenten vorgestellt: Wir haben anfänglich die Pathosformel des in Schutz genommenen Opfers (Einzelmensch in Angst), dann die Pathosformel angstvoll Fliehender beim Einsturz des Südturms (Masse in Angst). Als nächstes sehen wir die Opfer: To-desspringer vom World Trade Center. Dann der Zeuge, der alles gesehen hat. Bilder vom Einsturz des Nordturms. Dann der Held: ein blutüberströmter Fire-Fighter, der sich zwar ausruht, aber durch energisches Spucken Kraft signalisiert.

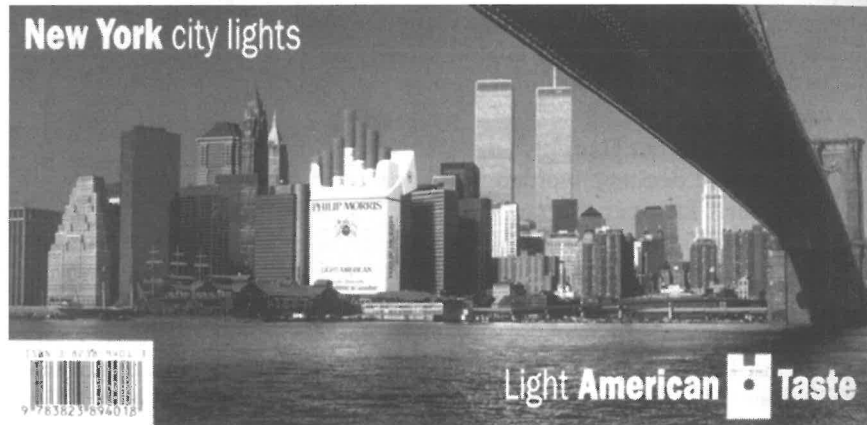
Die zweite Sequenz beginnt mit einer Bilderserie, die die Katastrophe in chronologischer Reihenfolge vergegenwärtigt: rauchender Südturm, Einschlag des zweiten Flugzeugs in den Nordturm, Feuer, Rauch, Explosionen, Einsturz des Südturms, Einsturz des Nordturms. Die Bilder werden wiederholt, damit es eindrücklicher wird. Aus dem Off ertönt ein Polizeikommentar, der sich auf den Pittsburgh-Absturz bezieht, dann die Stimme des „Erlösers“: Präsident Bushs erster Satz nach der Katastrophe: „Two air-planes have crashed into the World Trade Center in an apparent terrorist attack on our country.“ Danach wieder O-Töne von Augenzeugen.

Wiederum mit einer weichen Ausblendung wird der Hauptteil abgeschlossen, und es kommt ein Epilog. Ein „Hohepriester“ oder zumindest Prediger der Mediengesellschaft, ein bekannter amerikanischer Anchorman, hat das Wort: „You will remember this day as long as you live!“ verkündet er.

Den Schluss bildet ein Spruchband mit der religiösen Gebetsformel: „God bless America!“

Wer wollte bezweifeln, dass es sich bei diesem Enya-Song-Clip besonderer Art um eine hochgradig ästhetisierte Konstruktion handelt, wenn auch keine besonders raffinierte. Und diese Konstruktion sorgt dafür, dass wir immer noch und immer wieder mit einem bestimmten Erlebnisgefühl reagieren, obwohl das, was da einmal real zusammenbrach, längst nicht mehr bricht.

Meine Damen und Herren,
in den Texturen der Welt ist alles möglich. Da wachsen Zigaretten, wie in Abb. 38, in einem (jetzt natürlich veralteten) New York-Führer, auf die Größe des World Trade Centers an. Nun, die Tatsachen der Außenwelt haben dafür gesorgt, dass dieses Bild eingestampft werden muss. Schluss mit „New York light“. Aber man bastelt bereits an neuen, größeren Bildkonstrukten, die uns jetzt schon die Vision eines neuen New York liefern (Abb. 39). Warten wir ab.



Die EG-Gesundheitsminister: Rauchen gefährdet die Gesundheit. Der Rauch einer Zigarette dieser Marke enthält 0,4 mg Nikotin und 4 mg Kondensat (Teer). (Durchschnittswerte nach ISO.)

Abb. 38

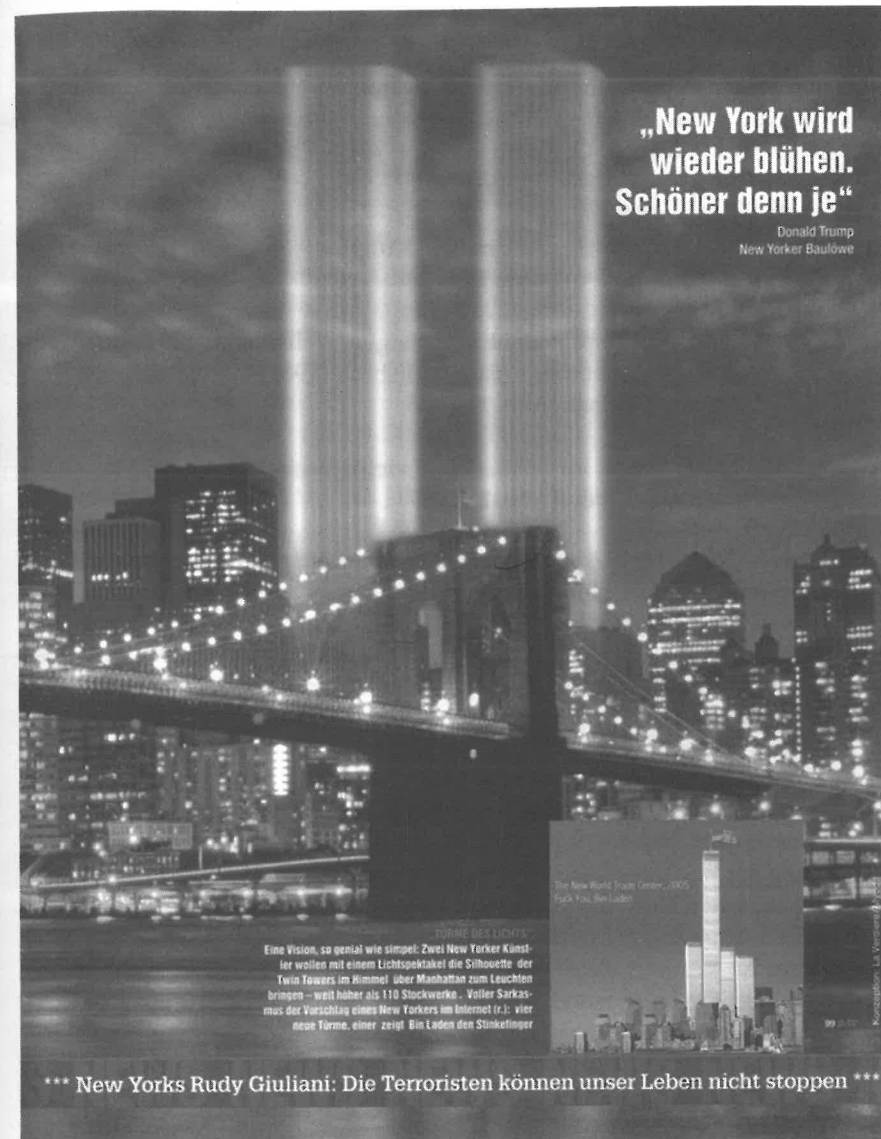


Abb. 39

Abbildungsverzeichnis

Abbildung 1:

Französische Kolonialherren vor geköpften vietnamesischen Bauern (Ende 19. Jh.)

Quelle: G. L. Nespoli, G. Zambon (Hg.): *Abels Gesichter: Vietnam. Bilder eines Krieges*. Frankfurt a. M. 1999, S. 17.

Abbildung 2:

Hingerichtete vietnamesische Freiheitskämpfer

Quelle: Nespoli, Zambon (Abb. 1), S. 108.

Abbildung 3:

Nguyen Loan, Polizeipräsident von Saigon, vollstreckt die Hinrichtung eines verdächtigen Vietkongs (Saigon, Februar 1968)

Quelle: Nespoli, Zambon (Abb. 1), S. 48.

Abbildung 4:

Die verkörperte Angst im Gestus einer vietnamesischen Mutter

Quelle: Nespoli, Zambon (Abb. 1), S. 97.

Abbildung 5:

Verletzte New Yorkerin, die nach dem Anschlag auf das World Trade Center medizinische Hilfe bekommt

Quelle: TIME, Sonderheft 11.9.2001, S. 12-13.

Abbildung 6:

Weinende Frauen beim Anblick des Ausmaßes der Katastrophe vom 11. September 2001

Quelle: STERN extra, 13.9.2001, S. 14-15.

Abbildung 7:

Szene aus dem Hollywood-Streifen ‚Deep Impact‘ (1998)

Quelle: kultur-SPIEGEL 10/2001, S. 16.

Abbildung 8:

Szene aus dem Hollywood-Streifen ‚Armageddon‘ (1998)

Quelle: kultur-SPIEGEL (Abb. 7), S. 14.

Abbildung 9:

Szene aus dem Hollywood-Streifen ‚Independence Day‘ (1996)

Quelle: kultur-SPIEGEL (Abb. 7), S. 16.

Abbildung 10:

„Scharping fliegt!“ – Deutsche Schlagzeilen vor dem Angriff auf das World Trade Center

Quelle: Südkurier, Ausgabe Konstanz, Nr. 210 (57. Jahr), 11.09.2001.

Abbildung 11:

Alte Probleme in neuen Gewändern: Britische Zuwanderungspolitik im 21. Jahrhundert

Quelle: The SPECTATOR, 8. 11. 2001, Titelseite.

Abbildung 12:

Théodore Géricault: *La Méduse* (1818)

Abbildung 13:

Frankfurter Allgemeine Zeitung, Nr. 212/37 D (12. 09. 2001), Titelseite.

Abbildung 14:

Stuttgarter Nachrichten, Nr. 211/37. Woche/56. Jahrgang (12. 09. 2001), Titelseite

Abbildung 15:

Koblenzer Stadt-Anzeiger, Ausg. 38 A/D/11. Jahrgang (19. 09. 2001), Titelseite

Abbildung 16:

BILD-Zeitung, 213/37 (12. 09. 2001), Titelseite

Abbildung 17:

BILD-Zeitung, 215/37 (14. 09. 2001), Titelseite

Abbildung 18:

Südwestpresse, Nr. 211/152. Jahrgang (12. 09. 2001), Titelseite

Abbildung 19:

Amerikanischer Patriotismus nach der Katastrophe vom 11. September 2001

Quelle: NEWSWEEK, 24. 09. 2001, Titelseite

Abbildung 20:

„Enjoy life to your hearts’s content!“ (Werbung des Pharmakonzerns Aventis)

Quelle: Newsweek (Abb. 19), S. 0-1.

Abbildung 21:

Die erdverhafteten Botendienste von UPS können sich nun bestens dem unsicheren Luftraum auf der gegenüberliegenden Seite entgegensetzen

Quelle: Newsweek (Abb. 19), S. 2-3.

Abbildung 22:

„Become what you are!“ New Yorkerin nach der Katastrophe und Lacoste-Werbung

Quelle: Newsweek (Abb. 19), S. 18-19.

Abbildung 23:

„Imagine!“ Der Energiekonzern RWE kann das Katastrophengebiet in neuem Licht erstrahlen lassen

Quelle: Newsweek (Abb. 19), S. 22-23.

Abbildung 24:

Terminkalender gefällig? Castelli hilft! Auch den Militärs der US-Regierung

Quelle: Newsweek (Abb. 19), S. 36-37.

Abbildung 25:

Die Skyline von New York nach dem Anschlag

Quelle: kultur-SPIEGEL (Abb.7), Titelseite.

Abbildung 26:

Die Skyline von New York vor dem Anschlag

Quelle: kultur-SPIEGEL (Abb. 7), S. 3.

Abbildung 27:

Fassungsloser New Yorker vor den Ruinen des World Trade Centers

Quelle: Stern Extra (Abb. 6), S. 20-21.

Abbildung 28:

Ästhetisierter Patriotismus: Ruine mit US-Flagge

Quelle: TIME (Abb. 5), S. 49.

Abbildung 29:

Caspar David Friedrich: Das Eismeer (um 1823/24)

Abbildung 30:

Spinnennetz zwischen den Twin Towers: Szene aus dem Film ‚Spiderman‘, die nach den Anschlägen in New York herausgeschnitten wurde

Quelle: Der SPIEGEL, Nr. 44/29. 10. 2001, S. 88.

Abbildung 31:

Caspar David Friedrich: Klosterfriedhof im Schnee (1817/19).

Abbildung 32:

Die Katastrophe als Erhabenes: Ruine des World Trade Centers

Quelle: Der SPIEGEL, Nr. 43/22.10.2001, Titelseite.

Abbildung 33:

Caspar David Friedrich: Der Wanderer über dem Nebelmeer (1818)

Abbildung 34:

Fotograf flüchtet vor einstürzendem Twin Tower

Quelle: Journalist - Das deutsche Medienmagazin, 10/2001, S. 4.

Abbildung 35:

Todesspringer nach dem Anschlag auf das World Trade Center

Quelle: Newsweek (Abb. 19), S. 8-9.

Abbildung 36:

Anonymus: Erhabene Gebirgslandschaft (um 1700)

(Privatbesitz Joachim Knappe)

Abbildung 37:

Enya: Tribute to the World Trade Center (Version Thomas Boettcher)

Abbildung 38:

Spielerei mit der Skyline von New York: Philip Morris-Werbung

Quelle: Max City Guide, Buchrücken.

Abbildung 39:

Zukunftsvisionen: Das World Trade Center als Licht-Dom und als Stinkerfinger für Bin Laden (den vermutlichen Drahtzieher des Anschlags vom 11. September)

Quelle: n-tv-Newsmagazin, Burda-Sonderheft Nr. 1, 11. 10. 2001, S. 99.