

Zeitschriftenartikel:

Begutachtet

Redaktion und Begutachtung:

Georg Fischer 

Technische Universität Berlin

Lorenz Grünewald-Schukalla 

HllG Berlin

Erhalten: 01. Mai 2017

Akzeptiert: 01. Dezember 2017

Publiziert: 01. März 2018

Lizenz:

Dieses Werk steht unter der Lizenz
Creative Commons Namensnennung 4.0
(CC-BY 4.0) International.



Datenverfügbarkeit:

Alle relevanten Daten befinden sich
innerhalb der Veröffentlichung.

Interessenskonfliktstatement:

Die Autor:innen erklären, dass ihre
Forschung ohne kommerzielle oder
finanzielle Beziehungen durchgeführt
wurde, die als potentielle
Interessenskonflikte ausgelegt werden
können.

Hinweis:

Der Beitrag fasst überarbeitete Passagen
der Dissertation des Autors mit neuen
Erkenntnissen zusammen und fokussiert
die Bezüge zwischen Mem-Theorie und
Terrorismusforschung (vgl. Baden 2017).

Empfohlene Zitierung:

Baden, S. (2018). Der „Memplex“
Terrorismus.
kommunikation@gesellschaft, 19(2).
[https://doi.org/10.15460/kommges.
2018.19.2.594](https://doi.org/10.15460/kommges.2018.19.2.594)

Der „Memplex“ Terrorismus

Sebastian Baden^{a*} 

^a Kunsthalle Mannheim

* Korrespondenz: sebastian.baden@mannheim.de

Abstract

Der Beitrag basiert auf einem kulturwissenschaftlichen und mediologischen Ansatz, der die Mem-Theorie für die Terrorismusforschung nutzbar macht. Aus der Perspektive der Memetik lässt sich in der Nachfolge von Richard Dawkins sowie Susan Blackmore dann von einem „Memplex“ sprechen, wenn eine Vernetzung von „Replikatoren“ – Informationen, Institutionen, Medien und Akteuren – so effizient funktioniert, dass davon ein ganzes sozio-kulturelles Umfeld betroffen ist. Dies trifft im Fall von terroristischen Anschlägen und bei der Kommunikation über Terrorismus in besonderem Maße zu. Die Akte terroristischer Gewalt in der jüngsten Geschichte zeugen vom Einfluss memetischer Faktoren. Dazu zählen neben den Anschlägen selbst auch ihre mediatisierte Formen in Bildern, Texten und audiovisuellen Berichten, die zu einem Großteil im Internet Verbreitung finden. Für die Memetik ebenfalls relevant sind die ideologischen Hintergründe, die terroristische Handlungen motivieren und kommentieren. Die Transformation des Terrorismusbegriffs und seine Viralität, d. h. seine Verbreitung durch Texte und Bilder, sind memetisch erklärbar. Die Konstruktion des Memplex Terrorismus soll deshalb folgend anhand einiger Replikatoren analysiert werden. Ausgehend von den terroristischen Anschlägen des 11. September 2001 werden Beispiele einer populären Rezeptionsgeschichte des Terrorismusbegriffs aufgezeigt und bildwissenschaftlich sowie kulturhistorisch verglichen.

Schlagnote: Terrorismus, Attentat, Mediatisierung, Internet, Medienkultur, Rezeption, Kulturwissenschaft, Medienereignis, Ikonologie, USA

1 Einführung

Da die Memetik eine vergleichsweise junge, interdisziplinäre Herangehensweise an kommunikationswissenschaftliche, semiotische, kulturanthropologische, medientheoretische, soziobiologische und kunsthistorische Fragestellungen bietet, soll zunächst ihre Verwendungsweise geklärt werden. Dazu wird eingangs ihre methodologische Verwandtschaft mit der Mediologie in der Kunstgeschichte vorgestellt. Auf dieser Ausgangsbasis folgt eine auf die Memetik und den thematischen Schwerpunkt der „Originalität und Viralität“ bezogene Darstellung der Geschichte und der Medien des Terrorismus. Dazu werden im Hauptteil Bild-Text-Beispiele zum Topos 9/11 vorgestellt und intermedial hinsichtlich ihrer memetischen Beziehung verglichen. Von den Titelseiten internationaler Zeitungen über Werbeanzeigen bis zur Erinnerungskultur im Herostratos-Mythos dienen ausgewählte Meme der Beschreibung des „Memplex“ Terrorismus. Abschließend wird die These aufgestellt, dass der sogenannte „War on Terrorism“ einem „Meme-War“ entspricht, zu dessen Analyse die Memetik beiträgt.

2 Memetik, Memplexe und Mediologie als Bezugsrahmen zur Terrorismusforschung

Meme haben es geschafft, in den jüngsten wissenschaftlichen und populären Diskussionen zur Medienkultur einen wichtigen Stellenwert einzunehmen. Dieser Erfolg war nicht absehbar, als Richard Dawkins 1976 in seinem Buch „*The Selfish Gene*“ den Neologismus „Meme“ konstruierte, um damit seine soziobiologischen Studien über kulturelle Evolutionen zu lancieren. Dawkins' Annahme, es gäbe in der kulturellen Evolution Replikatoren und Medien, die die Multiplikation und Verbreitung von Memen vorantreiben, beruht auf einem neo-darwinistischen Ansatz (Dawkins 2007: 316f.). Meme haben in diesem Theoriemodell der Memetik die Funktion, sich als kulturelle Einheiten durch Imitation und Variation verbreiten zu lassen. Dawkins sieht den Menschen als biologische Grundlage und zentrales Medium in diesem Prozess der Imitation und Weitergabe von Memen. Zwar hat Dawkins seine Theorie der Meme bewusst als einen koevolutionären Prozess von Genen und Memen erläutert; in Abgrenzung zur Genetik versteht er unter Memetik jedoch die Erforschung eines kulturellen Prozesses, der durch bewusste Imitation und Weitergabe von kulturellen Einheiten ausgelöst wird, abgeleitet vom Begriff der Nachahmung (Mimesis), wie ihn auch die Kulturanthropologie verwendet hat (Girard 1994).

Für Dawkins und nach ihm für Susan Blackmore zählen nicht-genetische Evolutionsprozesse zu den für die Memetik zentralen Forschungsfeldern. Seien es Sprache, Religion und Ideologie, Wissenschaft und Technologie oder ökonomisches Handeln, überall sind Meme zu finden, die durch Replikatoren weiterentwickelt werden (Dawkins 2007; Blackmore 2005: 43f.). Was bei Dawkins für die Sprache gilt, lässt sich gleichermaßen auf die Produktion visuel-

ler Zeichen übertragen. Gegenüber seinem sozialdarwinistischen Verständnis von Memen erscheint es jedoch sinnvoller, Memetik im engeren Sinn als eine der Mediologie verwandte Methodik anzuwenden, also Meme als komplexe Konstellationen aus Medien, Zeichen, Botschaften und Lesarten im Sinne kultureller Codes zu verstehen (Debray 2003). Kulturelle Evolutionen und damit Meme sind an Medien gekoppelt. Medien sind einerseits Menschen selbst, als Lebewesen, Sprechende und Handelnde in einer Gesellschaft, andererseits die von Menschen hergestellten und benutzten Instrumente, die dem Handeln und der Kommunikation dienen. Dazu zählt auch gewalttätiges Handeln, wie folgend noch auszuführen ist.

Seine aktuelle Verwendung verdankt der Mem-Begriff vor allem der digitalisierten Bildproduktion und der Verbreitung sowie Modifikation von Bild-Text-Kombinationen im Internet (Shifman 2014: 14f., 44f.). Das Internet hat sich als Medium für Meme par excellence entwickelt, weil es durch seine globale Netzwerkstruktur eine rasche Verbreitung kommunikativer Formen und Nachahmungsprozesse erleichtert und vorantreibt. Shifman hat spezifisch den viralen und den memetischen Erfolg von Internet-Memen untersucht und den Memebegriff an die grundlegenden Aspekte einer digitalen Medienkultur rückgebunden. Deren beliebteste Praktiken, Imitation und Remix, zählt Shifman zu den Kernelementen einer „Partizipationskultur“ (ebd.: 12), in der Meme zu Medienereignissen werden. Eine Differenzierung zwischen Virals und Memen hält Shifman in diesem Zusammenhang aber für notwendig:

„Virals bestehen aus einer einzelnen kulturellen Einheit (beispielsweise einem Video, einem Foto oder einem Witz), die sich in vielen Kopien verbreitet. Demgegenüber ist ein Internetmem stets eine Sammlung von Einheiten“ (ebd.: 56).

Shifman geht weiter darauf ein, dass besonders der Adaptionenreichtum und die Re-Kontextualisierung zum Erfolg von Memen beitragen. Für eine aktuelle Perspektive auf die Definierbarkeit von Memen schlägt Shifman vor, mehrere „memetische Dimensionen“ zu berücksichtigen, weshalb nicht einzelne Entitäten als Mem zu bestimmen seien, sondern „Gruppen von inhaltlichen Einheiten mit gemeinsamen Merkmalen“ (ebd.: 42). Diesen Aspekt bezeichnet sie weiter als „hypermemetisch“: „Meme treten in der öffentlichen und privaten Sphäre nicht als vereinzelt Einheiten auf, sondern als ungeheuer große Text- und Bildgruppen“ (ebd.: 34f.). Shifman geht bei ihrer Mem-Definition zwar von zeitgenössischen Medienformaten aus, die genannten Eigenschaften sind aber auch unabhängig vom Internet gültig.

Schon Dawkins (2007: 331) hat auf Gruppen sogenannter koadaptiver Meme hingewiesen, die gemeinsam reproduziert werden und sich als „koadaptive Memkomplexe“ gegenseitig stärken. In verkürzter Form wird allgemein von „Memplexen“ gesprochen (Speel 1995; Blackmore 2005: 51), die sich aus Gruppen von Memen zusammensetzen und ihre Selbsterhaltung vorantreiben, indem sie zu reproduzierenden Aktivitäten motivieren. Soziale, kommunikative und kulturell tradierte Handlungen und Zeichen können

folglich unter der Memetik erfasst werden, wodurch ihre Medialität stärkere Berücksichtigung findet. Als „große selbsterhaltende Memplexe“ bezeichnet Blackmore etwa Religionen, wissenschaftliche Theorien oder politische Ideologien (Blackmore 2005: 119). An prominenten Beispielen für Memplexe mangelt es nicht. Schon Dawkins zählt die kulturelle Konstruktion „Gott“ zu den stärksten Replikatoren, hinzu kommen etablierte und kanonisierte Wissenschaftler, Entdecker, Erfinder und deren Erfindungen sowie Kulturschaffende und das kulturelle Gedächtnis insgesamt. „Die Memkomplexe von Sokrates, Leonardo da Vinci, Kopernikus und Marconi sind immer noch ungeschwächt“ (Dawkins 2007: 330–332). Bezogen auf kulturhistorische und kommunikationswissenschaftliche Fragen stellt Blackmore (2005: 55f.) fest: „[D]as menschliche Bewusstsein selbst ist ein Produkt der Meme.“ Wie im „Genkomplex“ herrscht dabei Konkurrenz zwischen eigennützligen und rücksichtslosen Memen. Auch Gewalt und Zerstörungsakte sind – in Anlehnung an René Girards Theorie des mimetischen Begehrens (Girard 1994) – memetisch motiviert.

3 Meme in der terroristischen Kommunikation

Mit Hilfe der Memetik können die mediale Konstruktion des Terrorismusbegriffs in Folge von 9/11 sowie das kulturtheoretische Framing terroristischer Akte beschrieben und erläutert werden. Es wird zu zeigen sein, dass der Memplex Terrorismus auf bestimmten mythologischen und ideologischen Faktoren beruht, die in Text-Bild-Konstellationen zur Anschauung kommen.

Die Memetik berücksichtigt durchaus die Verbreitung von Memen, die sich zwar als schädlich erweisen, aber dennoch ein starkes Verbreitungspotenzial aufweisen. In solchen Fällen ist die Lebensdauer von Memen zwar gering, ihre sogenannte Fruchtbarkeit kompensiert jedoch die Kurzlebigkeit und wird vom repetitiven Effekt ergänzt. Christopher von Bülow (2013: 319) erwähnt in diesem Kontext Teenagerselbstmorde und Amokläufe, deren Tragik von einer intensiven Medienberichterstattung verbreitet und verstärkt werde. Eine noch extremere Form memetischer Gewalt liegt bei terroristischen Akten vor, deren mediale Präsenz und Wiederholung einen beachtenswerten Sonderfall in der Memetik darstellen. Auch Terrorismus kann deshalb im Sinne der Kulturtheorie der Memetik als Memplex bezeichnet werden (vgl. Gatherer 2005). Terrorismus überliefert sich durch mimetische bzw. memetische Akte, doch führt die Nachahmung zur Zerstörung (Bülow 2013: 319). Dass trotzdem ein Imitationsprozess stattfindet, bestätigt die Durchsetzungskraft des Memplexes, wie etwa im Fall neuer Terrorakte durch Selbstmordattentäter_innen bzw. Attentate mit Hilfe von einfachen Waffen und Fahrzeugen, die zur Tötung von Zivilist_innen eingesetzt werden.

Die Mediengeschichte der politischen Gewalt hat eine Vielzahl von Phänomenen vorzuweisen, unter denen terroristische Aktivitäten die aktuell meist diskutiertesten sind. Politikwissenschaft, Soziologie und Medienwissenschaft haben bisher umfangreiche und kaum mehr zu überblickende Forschungen

und Definitionen zum Terrorismus hervorgebracht. Peter Waldmann hat bei seiner Definition, dass Terrorismus eine „Kommunikationsstrategie“ sei, vor allem den medialen Aspekt terroristischer Gewalt berücksichtigt: „Unter Terrorismus sind planmäßig vorbereitete, schockierende Gewaltanschläge aus dem Untergrund gegen eine politische Ordnung zu verstehen. Sie sollen vor allem Unsicherheit und Schrecken verbreiten, daneben aber auch Sympathie und Unterstützungsbereitschaft erzeugen“ (2011: 14, 17). In Abgrenzung vom sogenannten Staatsterrorismus wird hier Terrorismus als Taktik von Widerstandsbewegungen begriffen, wie sie von Guerillagruppen ausgeübt wird (Hoffman 2008; Riegler 2009; Dietze 2016). Wie schon Blackmore in ihrer Theorie des Memplexes hervorhebt, haben sich in der Geschichte der Menschheit besonders die großen Weltreligionen und ihre Kulte als beständige und konkurrierende Memplexe erwiesen, deren Konfrontation extreme Formen wie Religionskriege, etwa die Kreuzzüge oder den Dschihad, annehmen (Blackmore 2005: 306, 320f.). Weltliche Ideologien – davon ist die Wissenschaft nicht ausgenommen – haben ihrerseits Revolutionen bis hin zu Weltkriegen hervorgebracht. Diese symbolischen Formen der Gewalt lassen sich auch als Meme verstehen, deren Replikatoren sich trotz ihrer zerstörerischen Konsequenzen weiter durchgesetzt haben.

Paradoxerweise weist Terrorismus aufgrund seiner Destruktivität und der damit einhergehenden medialen und memetischen Verbreitung erfolgreiche Replikatoren auf. Die strategische Besetzung der Mediasphäre (Débray 2002; Groys 2008) und der Imagination durch terroristische Akte ist mit Hilfe der Memetik auch als Besetzung von kulturellen Einheiten erklärbar:

„Wenn ein Mem die Aufmerksamkeit eines menschlichen Gehirns in Anspruch nehmen will, so muss es dies auf Kosten ‚rivalisierender‘ Meme tun. Andere Güter, um die Meme konkurrieren, sind Sendezeiten in Rundfunk und Fernsehen, Raum auf Anschlagtafeln und in Zeitungsspalten sowie Platz in Bücherregalen“ (Dawkins 2007: 328).

Terroristische Akte zielen entsprechend auf die Symbolik ihrer medialen Wirksamkeit und setzen so ihren terroristischen Memplex durch. Terrorakte erzeugen überraschende Medienereignisse. Ihre Wirkung hängt vom medialen Multiplikationseffekt ab. Das heißt, der memetische Erfolg beruht auf der erzwungenen Anschlusskommunikation über den Akt der Gewalt. Auf diese Weise sollen Angst und Schrecken, der „Terror“, verbreitet, aber auch Sympathisant_innen rekrutiert werden. Die journalistische Perspektive von Franz Wördemann (1977: 57, 59) stellt die Wirksamkeit von Terrorismus so dar, dass sie auch memetisch begreifbar wird: „Der Neue Guerilla besetzt tendenziell den Raum, um später das Denken gefangen zu nehmen – der Terrorist besetzt das Denken, da er den Raum nicht nehmen kann.“

4 Meme schaffen ein Medienereignis: 9/11 als Memplex

Der spektakulär inszenierte Angriff auf repräsentative Institutionen in den USA am 11. September 2001, darunter die als „Bildereignis“ (Becker 2013) bekannte Zerstörung des World Trade Centers, hat eine Medienikone geschaffen, die in der Medien- und Kunstwissenschaft viel diskutiert wurde (Beuthner et al. 2003; Rötzer 2002; Weichert 2003; 2007; Hoffmann 2011). Die Aufnahmen des Fotografen Spencer Platt haben 9/11 zu einem „universalen Zeichen“ (Rauterberg 2006: 48) werden lassen, das am Folgetag, dem 12. September 2001, auf vielen Titelseiten abgedruckt wurde. So entstanden international kommunizierbare Meme aus Bild- und Textkombinationen, durch die sich der Effekt des Terroranschlags in einem globalen medialen Gedächtnis fest verankern ließ.

Die Semantik des abstrakten Begriffs Terror fand Verwendung in variierenden Deutungen. Unter der Chiffre 9/11 ist ein Memplex entstanden, der in Schlagzeilen von emotionalen Superlativen beschrieben wurde: „Apocalypse“, „Krieg“, „War on the World“, „Attacco All’America“ (Feldmann 2010: o. S; Kirchhoff 2010; Karl Müller Verlag 2002). Einen umfangreichen Eindruck der internationalen Schlagzeilen und Titelbilder nach 9/11 vermittelt die Sammlung der „Front pages of newspapers, September 12th, 2001“ (2001) von Hans-Peter Feldmann (Wilmes 2012: 112–114, 115; Chéroux 2011: 47). Der Künstler hat eine repräsentative Anzahl von 151 Exemplaren jener Tageszeitungen archiviert, die am Folgetag veröffentlicht wurden.



Abbildung 1: Hans-Peter Feldmann, Front pages of newspapers, September 12th 2001, 2001, aus einer Serie von 151 gesammelten Tageszeitungen. Quelle: Courtesy der Künstler und 303 Gallery New York, © VG Bild-Kunst, Bonn 2017, aus Feldmann 2010: o. S.

Die vergleichende Reihung der Zeitungen gibt zu erkennen, welche Namen, Narrative und Metaphern genutzt wurden, um den Memplex Terrorismus zu codieren: Angst, Krieg, Apokalypse und Osama bin Laden. Die Metaphernlast überlagert die Bilder des Terroranschlags und reiht sie in einen deutenden Kontext ein. Die semiologische Operation, die hier durchgeführt wird, wäre mit Roland Barthes als „Rhetorik des Bildes“ zu erklären und bedeutet, dass dem visuellen Signifikanten ein Signifikat unterstellt wird (Barthes 1990). Begriffe und Bilder ergeben zusammen die Vorstellung einer terroristischen Bedrohung. Was hier semiotisch einfach nachzuvollziehen geht, lässt sich mit Hilfe der Memetik vertiefen: Der Memplex Terrorismus entspricht dem Signifikat, das mittels sprachlicher und bildlicher Zeichen, der Signifikanten, erzeugt wird. Meme sind wie Seme – die kleinsten Bedeutungselemente von Textzeichen – syntagmatisch sortierbar, um so neue Sinnvariationen zu erzeugen (Althaus u. a. 1980: 50f.). Die Wahrnehmung und Berichterstattung über Terrorismus erfolgt entsprechend semiotisch durch zu sinngebenden Zeichen arrangierte Seme bzw. memetisch durch damit verbundene Vorstellungen und Medien. Einem terroristischen Akt wird über Form, Inhalt und Deutung der Berichterstattung seine spektakuläre Bedeutung verliehen. Das Paradoxon, dass zerstörerische Meme zu immer weiterer Verbreitung finden, kennzeichnet den Memplex Terrorismus.

Joachim Buttler hat die „Ästhetik des Terrors“ kunsthistorisch verortet und vor dem Hintergrund des „Mythos World Trade Center“ erläutert (Buttler 2003: 28f.). Als zentrale Elemente der Ikonografie von 9/11 hat er „Türme, Flugzeug, Feuerball“ herausgestellt und deren symbolische Konnotation analysiert. Seine Vergleiche mit kulturhistorisch bedeutenden Bauten wie Türmen oder Stadttoren sowie die Vorstellung des „himmlischen Jerusalem“ legen nahe, wie treffsicher die Zwillingtürme des WTC als Angriffsziel von den Terrorist_innen ausgewählt wurden. Als Repräsentation von politischer und ökonomischer Macht beanspruchte die Architektur der Zwillingtürme, die „Apotheose des Wolkenkratzers“ und die „Kathedrale des globalen Informationszeitalters“ zu sein (ebd.: 31, 33). Hinzu kommen die biblischen Metaphern wie jene der Apokalypse oder des Angriffs auf einen babylonischen Turm, um hier alttestamentarische Reinigungsfantasien nach abendländischer Tradition als Erklärungsmuster aufzubieten (ebd.: 35). „Die symbolische, schreckliche Tat einer Terrorsekte spiegelt von der Wahl des Ziels über die Wahl der Mittel bis zu den Bildern ihrer Tat kulturelle Urformen der Gesellschaft wieder, die zu bekämpfen sie angetreten ist“ (ebd.: 38).

Wie Buttler haben auch Georg Seeßlen und Markus Metz (2002) auf filmische und fiktionale Vorbilder hingewiesen, die plausibel machen, weshalb die „Ästhetik des Terrors“ immer gerne mit dem Begriff „Déjà-vu“ in Verbindung gebracht wird. Die Populärkultur, so die memetische These der Kulturwissenschaft, hat bereits die Memevariation erfunden, die von den Terrorist_innen am 11. September nur noch imitiert und in der Realität umgesetzt werden musste. Gerhard Paul (2013: 576) führt in diesem Zusammenhang einen Werbeclip des Telekommunikationsunternehmens Telegate an, der noch am 9. September 2001 im deutschen Fernsehen gezeigt wurde und mit einem

spektakulären Effekt wirbt: In Zeitlupe und aus mehreren Perspektiven beobachtet führt der Werbeclip vor Augen, wie sich eine Passagiermaschine durch ein Hochhaus bohrt und die Werbefläche eines Billboards durchdringt.



Abbildung 2: McCann-Erickson, „11880“, Werbespot für Telegate, Erstausstrahlung am 9.9.2001. Quelle: McCann-Erickson 2001

Für den Auftrag der Telefonauskunft sollte ein Überraschungsmoment inszeniert werden, so Telegate-Chef Klaus Harisch: „Wir wollten einen richtigen Knalleffekt. Etwas Auffallendes und Großes. Einen Big Bang. Jeder sollte erkennen, dass bei uns eine neue Ära anbricht. [...] Es muss groß aussehen und realistisch, wie Hollywood“ (Roll 2010). Die Werbeagentur McCann-Erickson wurde dann am 11. September von der scheinbaren Imitation ihres eigenen Werbespots überrascht.

Retrospektiv offeriert die Telegate-Werbung ein Vorbild und einschlägiges Mem für die Ereignisse des 11. September. Der Clip indes lässt sich in der Medienkultur zwischen effektheisenden Katastrophenszenarien gut verorten, weshalb Gerhard Paul die verfremdete Vertrautheit der Bilder von 9/11 betont: „Es waren also nicht fremde Bilder, die am 11. September auf uns einschlugen, sondern unsere eigenen inneren Bilder, mit denen uns 9/11 konfrontierte“ (2013: 576). In Filmen wie *The Tearing Inferno* (USA 1974), *Independence Day* (USA 1996) oder *Armageddon* (USA 1998) wurde das Motiv des kollabierenden Hochhauses vorgeprägt.

5 Das Selbstmordattentat als Mem

Mit den Terroranschlägen des 11. September 2001 hat sich das Mem des suicidalen Attentats manifestiert. Bis zu jenem Zeitpunkt war der Selbstmordanschlag ein rares Phänomen in der Geschichte des Terrorismus. Arata Ta-

keda (2010) hat in seiner Dissertation über den Selbstmordattentäter in der abendländischen Literatur dafür plädiert, die von der Forschung bisher unzureichend bewältigte Kulturgeschichte des Selbstmordattentäters zurückzuverfolgen.¹ Takeda nimmt eine Differenzierung nach Zielen und Methoden der Terrorakte vor. So zielen suizidagonale Akte mit Einsatz des Lebens auf einen präzisen Angriff, suizidterroristische Akte hingegen auf eine symbolische bzw. totale Zerstörung (Takeda 2010: 32). In seinen Untersuchungen mit literarischem Schwerpunkt will Takeda darauf hinaus, eine viel tiefer gehende Bedeutung des Phänomens Selbstmordterrorismus, als die etymologische Deformation des Begriffs es nahelege, herauszuarbeiten. Seine auf einer politikwissenschaftlichen Studie nach Herfried Münkler (2002) beruhende Argumentation nimmt hegemoniale Zusammenhänge ins Visier:

„Das Zustandekommen eines Selbstmordattentats ist weder ethnisch noch kulturell, weder ideologisch noch religiös, sondern allein durch die Asymmetrie der ökonomisch-politischen Konstellation bedingt. [...] Das Phänomen des Selbstmordattentats erhält somit den Charakter einer anthropologischen Konstante“ (Takeda 2010: 36).

Um dies historisch und metaphysisch zu untermauern, nimmt Takeda die alttestamentarische Figur des Simson als Anhalts- und Ausgangspunkt, da dieser, auch als „Samson“ bekannt (Follath et al. 2001: 160), in einem Akt des Selbstmordterrorismus den Tempel der Philister zerstörte und sich selbst mit samt den anwesenden Gläubigen tötete.

„Ich will sterben mit den Philistern! Und er neigte sich mit aller Kraft. Da fiel das Haus auf die Fürsten und auf alles Volk, das darin war, so dass es mehr Tote waren, die er durch seinen Tod tötete, als die er zu seinen Lebzeiten getötet hatte“ (Die Bibel, Das Buch der Richter 13,1–16,31, 16,30).

Es sei hinzugefügt, dass die Aktion ein Vergeltungsschlag war, um Entwürdigung, Ehrverlust und Sklavenfron, die Simson durch die Philister erfahren hatte, an deren ganzem Volk zu rächen. Arata Takeda sieht in Simson und seinem „furiosen Finale den heterodestruktiven Selbstmördertypus in seiner reinsten, physischen wie symbolischen, Ausprägung“ verkörpert (Takeda 2010: 31). Dies sei eine in der Menschheitsgeschichte erstmalige Erzählung von selbstmörderischer Zerstörung. Die Bibel bezeuge also die Veranlagung der suizidagonalen Tat in den Fundamenten der Kultur und man begegne dort „dem Prototypus des Selbstmordattentäters in einer narrativen Quelle, in der die westliche Zivilisation durch das Bindeglied des Neuen Testaments solide verankert ist“ (ebd.).

Es ist folglich nicht weiter erstaunlich, dass sich aus der prototerroristischen

¹ Takeda nimmt sich ausführlich den Kamikaze-Begriff vor und beweist dessen semantische Verschiebung vom tollkühnen Kämpfer zum schrecklichen Terroristen. Die Parallelführung von 9/11 mit japanischen Kamikazepiloten lehnt Takeda aber strikt ab, denn „idealtypische Kriegs- und Terroraktionen gehen vor den Kriterien einer traditionellen Kampfetik klar auseinander“ (2010: 32). Er bezieht sich auf die von Charles Townshend (2005: 15) vorgenommenen Unterscheidung von Krieg als Kampf und Terrorismus als Verweigerung des offenen Kampfes.

Selbstopferung Simsons im Neuen Testament die ideologische Konstruktion des Martyriums ableiten lässt, die sich folgend an die Erlösungsbotschaft des Christentums koppelt. Das kulturelle Gedächtnis (Assmann 1994) hat im Memplex der Weltreligionen eine entsprechende Märtyrerkultur etabliert und die Abbilder der Toten bekommen hier die berühmte Stellvertreterfunktion (Weigel 2007). Märtyrerkonzepte machen Werbung für Ideologien. Ein ungewöhnliches Beispiel für die memetische Verbindung der suizidalen terroristischen Tempelzerstörung durch Simson mit dem Memplex 9/11 wurde 1932 von der New Yorker Werbeagentur Newell-Emmett für eine Anzeige gestaltet. Die Grafik sollte für die Werbestrategie der Agentur selbst Reklame machen.

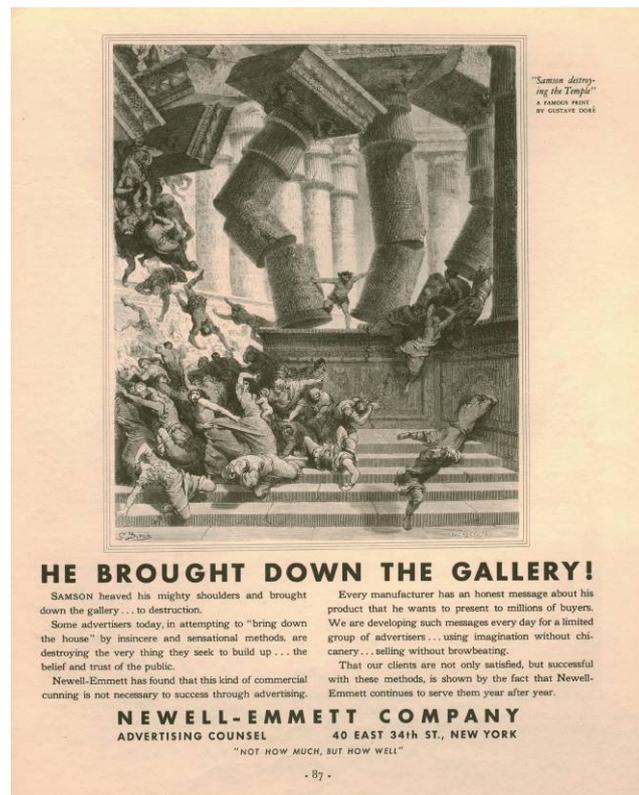


Abbildung 3: „He brought down the Gallery!“, Newell-Emmett Advertising, 1932, 35 x 27 cm. Lithografie, Archiv des Autors, Foto: Sebastian Baden

„He brought down the Gallery!“ verkündet eine Schlagzeile, die eine Illustration im oberen Teil mit einem zweiseitigen Text im unteren Teil der Werbung verbindet. Die Grafik stammt von dem französischen Künstler Gustave Doré, der u. a. mit seiner Illustration der englischen Bibel ab 1866 bekannt wurde. Die Szene „Samson destroying the Temple“ gehört zu dieser Serie und zeigt ein imposantes Spektakel: Der von göttlicher Kraft gestärkte Simson ist zwischen den mächtigen Säulen des Philister-Tempels angekettet und bringt allein das Gebäude zum Einsturz. Der eingefangene Augenblick ist dramatisch inszeniert, die Figur Samson steht in verhältnismäßig geringer Größe im Zentrum, die vor dem herabstürzenden Gebälk fliehende Menge bricht nach links aus, verzweifelt versuchen die Menschen, sich vor den tödlichen Steinmassen zu schützen. Es ist ein Bild von großer Spannung zwischen Todesangst und

Todesmut. Der geblendete Rächer überträgt Gottes Kraft auf die Architektur, um selbige zu zerstören und zugleich sich selbst mit in den Tod zu reißen. Der von Doré fein gestochene Gewaltakt gehört zu den spektakulärsten Szenen illustrierter Bibelgeschichte. Newell-Emmett nehmen den „famous print“ als Aufmacher ihrer Anzeige, um im Gegenzug dessen Ästhetik des Spektakels zu geißeln:

„Some advertisers today, in attempting to ‚bring down the house‘ by insincere and sensational methods, are destroying the very thing they seek to build up... the belief and trust of the public. Newell-Emmett has found that this kind of commercial cunning is not necessary to success through advertising“ (Newell-Emmett Advertising 1932).

Das kulturkritische Pathos des Anzeigentextes wirkt paradox im Verhältnis zu der extra für diese Meta-Reklame ausgewählten Illustration eines suizid-terroristischen Anschlags. Während der Text das Prinzip eines erfolgreichen Sensations-Marketings verurteilt, übernimmt die Gestaltung – dem widersprechend – eines der kulturhistorisch durchsetzungsfreudigsten Meme und verweist sogar auf die Berühmtheit des Werkes wie die des Künstlers. Newell-Emmett treffen 1932 in New York mit ihrer kulturkritischen Geste, die um das Vertrauen seriöser Anzeigenkunden werben soll, den Spektakelwert eines Terroranschlags auf den Punkt. Das Guerilla-Marketing in Form eines terroristischen Bildaktes, wie es al-Qaida am 11. September 2001 vollbracht hat, ist in gleicher Weise die Apotheose einer visuellen Kriegsführung wie die Ökonomie der Aufmerksamkeit sie mit Gewalt auf die Spitze treibt. Der hier von Dorés Bibelillustration über Newell-Emmetts Werbewarnung bis hin zur apokalyptischen Szene von 9/11 reichende ikonografische Zerstörungsakt komplettiert den Memplex Terrorismus, dessen visuelle Meme in einen Mnemosyne-Atlas der politischen Gewalt eingefügt werden können. Hinzu kommt der mythologische Stoff, den Arata Takeda in seiner Analyse der Simson-Geschichte anhand von Begriffen wie „Selbstmordattentäter“ (2010: 123), „radikale Verlierer“ (ebd.: 124), „Gottes Heilsplan“ (ebd.: 136), „erleuchteter Volksbefreier“ (ebd.: 138), „Freiheitskämpfer“ (ebd.: 143), „fanatischer Fundamentalist“ (ebd.: 155) diskutiert. Takeda schlägt vielseitige Querbezüge zwischen der biblischen Heilsgeschichte, deren Opferheroismus und dem islamistisch motivierten Terroranschlag vom 11. September vor. Mythologische Gestalten und zeitgenössische Attentäter bilden einen Memplex, der sich weitestgehend auf ideologische Pathosformeln zurückführen lässt.

Die amerikanische Werbung von Newell-Emmett macht deutlich, wie der Memplex Terrorismus als Konstante der Kulturgeschichte immer wieder politisch und aufmerksamkeitsökonomisch zum Einsatz kommt. Auch der oben bereits erwähnte Werbespot für Telegate hat den Memplex des Attentats noch kurz vor 9/11 kommerziell instrumentalisiert.

6 Herostratos und die Mnemosyne

Sehr aufschlussreich für das weitere Verständnis des Memplex Terrorismus ist ein Rückblick auf dessen Originalität und Viralität in der griechischen Mythologie. Hier hilft die Analyse einer Mythenbildung wie jene über den antiken Attentäter Herostratos, um die kommunikative und mediensoziologische Dimension des „Herostratos Syndrome“ in Beziehung zu einem Terrorakt wie 9/11 zu setzen (Borowitz 2005). Die Prominenz der Bilder von 9/11 im medialen, sozialen und kollektiven Gedächtnis hält die Erinnerung an die Terrororganisation al-Qaida und deren Führer Osama bin Laden aufrecht. Wie schon eingangs gezeigt wurde, helfen die Metaphern in der Berichterstattung zu den Terroranschlägen selbigen ein unvergessliches Narrativ zu verpassen. Somit gibt es eine beständige, posttraumatische Vergegenwärtigung des Ereignisses. Dabei verhält es sich ähnlich wie beim Mythos des Herostratos, den Albert Borowitz in seinem Buch über terroristische „Self-Glorification“ (2005) diskutiert.

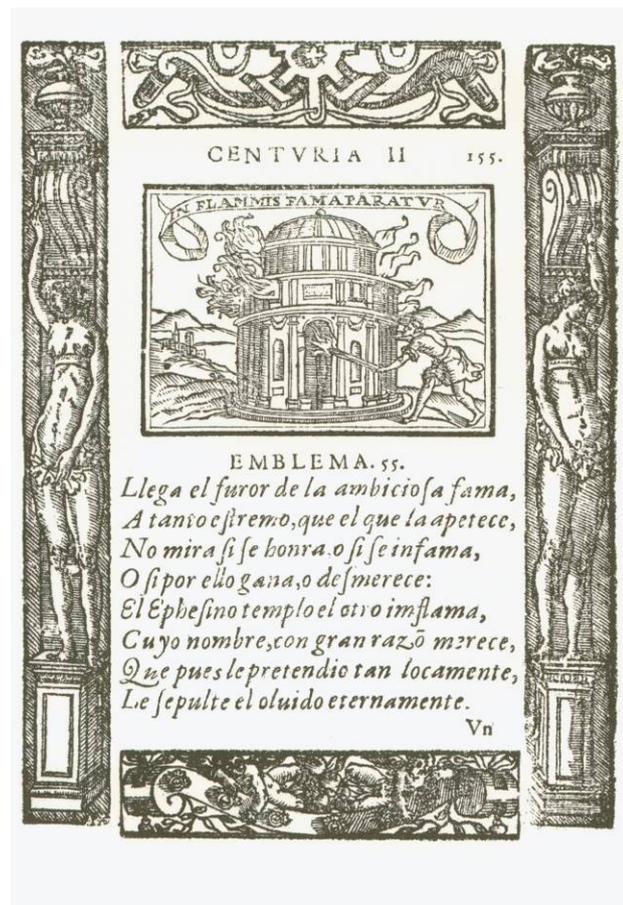


Abbildung 4: Herostratos zündet den Tempel der Artemis an, 1610. Quelle: Covarrubias 1978, Fig. Nr. 155

Im Zentrum der Illustration steht der Brandstifter, der gerade mit seiner Fackel das Feuer an einen runden, der Renaissancearchitektur verpflichteten Zentralbau legt. Die Grafik bringt neben den beiden sie flankierenden Karyatiden, den Säulenmotiven mit weiblichen Atlas-Figuren, das Mem

des Herostratos als Emblem deutlich zur Geltung. Das brennende Bauwerk eignet sich ikonografisch für den polemischen Vergleich mit den Fotos der brennenden Türme des World Trade Centers, wie sie in der internationalen Presse gezeigt wurden.

Borowitz hat den Mythos des Herostratos nachverfolgt und herausgearbeitet, wie stark das Motiv der Selbst-Glorifizierung seit dem 19. Jahrhundert und im Zusammenhang mit Verbrechen und Attentaten wiederkehrt. Als Herostratos-Syndrom bezeichnet Borowitz das Begehren von Attentäter_innen, mediale Berühmtheit zu erlangen. Die Brandstifterfigur Herostratos dient ihm als Archetyp, auf den er seine Argumentation rekursiv bezieht. Laut Legende hat Herostratos 356 v. Chr. den Artemis-Tempel auf der Insel Ephesos in Brand gesteckt und zerstört, woraufhin er mit dem Tode bestraft und sein Name mit einem Erinnerungsverbot („damnatio memoriae“) belegt wurde, also keine Erwähnung mehr finden durfte. Die Zerstörung eines der sieben Weltwunder der Antike hat jedoch ein Mem hervorgebracht: „Through the ages and around the world the terrible name of Herostratos became paradigmatic of the morbid quest for eternal fame through crimes of violence“ (Borowitz 2005: xi.). Das Herostratos-Syndrom verknüpft Borowitz entsprechend eng mit der Geschichte des Terrorismus und bezieht sich auf die bekannte These, dass Attentäter_innen auf perfide Weise mediale Hysterie nutzen, um Aufmerksamkeit zu provozieren (ebd.: xiii). Insbesondere Bekennervideos von Selbstmordattentäter_innen rechnet Borowitz der Kategorie heroischen Posens zu, die auf „front-page prominence“ abziele (ebd.: xv). Der Aufhänger seines Diskurses ist jedoch die Mediatisierung von 9/11: „The valid concerns about media glorification of Herostratic killers was magnified exponentially when journalists were compelled to face the horrors of September 11, 2001“ (ebd.: 110).

Borowitz hat für seine Untersuchung Online-Quellen nach Berichten über 9/11 untersucht und dabei diverse Bezüge zum „Herostratos prototype“ ausfindig gemacht. Das Zeitalter der digitalen Information im Internet fördert die Verbreitung von Memen, so auch den Herostratos-Mythos, stellt Borowitz fest: „The final stage of Herostratos’s globalization has been his invasion of cyberspace“ (ebd.: 111; vgl. Glucksmann 2002; Stirnimann 2002: 91f.) Herostratos selbst bleibt in diesem Diskurs eine mythische Figur, die dem „Herostratos-Syndrome“ (Borowitz 2005) seinen Namen gibt und so memetisch Terrorist_innen mit Brandstifterfiguren gleichstellt. Herostratos ist trotz des über ihn verhängten Banns zu einer Metapher des Aufmerksamkeitsterrorismus geworden. Bildquellen seines Anschlags auf den Artemis-Tempel gibt es nicht, abgesehen von wenigen Illustrationen in der Überlieferungsgeschichte, so z. B. der barocke Stich aus dem Lehrbuch *Emblemas Morales* (um 1610) von Sebastián de Covarrubias y Orozco, in dem der spanische Gelehrte die Emblematik des Herostratos-Motivs erläutert (Covarrubias 1978). Die Kent State University Press hat ein Titel-Mem für Borowitz’ Publikation erstellt, das in horizontaler Gegenüberstellung Bildausschnitte des Terroranschlags in New York und des barocken Herostratos-Motivs kombiniert (vgl. Abb. 5).

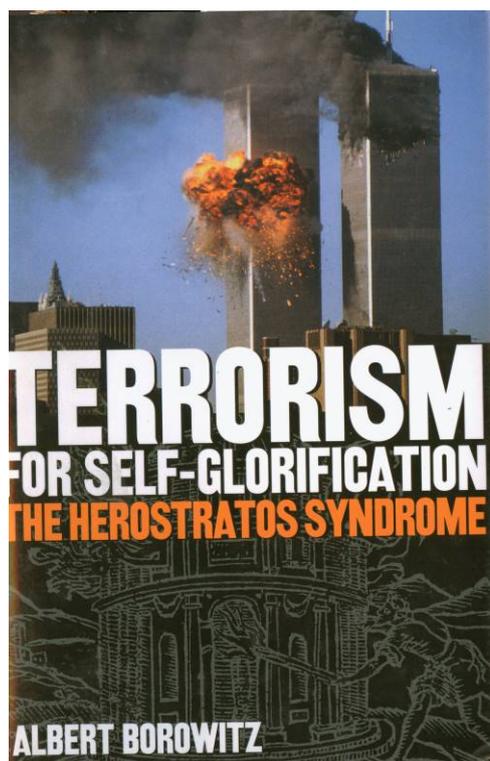


Abbildung 5: Covergestaltung unter Verwendung einer Fotografie von Reuters/Corbis und einer Illustration nach *Emblemas Morales* (1610) von Sebastián de Covarrubias. Quelle: Borowitz (2005)

Damit kommen kunsthistorisch das Konzept der Pathosformel und der Bilderatlas-Mnemosyne ins Spiel, die von Aby Warburg paradigmatisch für die ikonologische Bildanalyse entwickelt wurden (Warburg 2003; Warnke 1980). Ähnlich wie Dawkins (2007), der seinen Mem-Begriff von der Mimesis ableitete, um den Aspekt der Imitation, Variation und Weitergabe eines Memes metaphorisch begreifbar zu machen, hat Warburg lange vor ihm ebenfalls die Evolutionsbiologie zur Inspiration seiner kunstwissenschaftlichen Arbeit genutzt. Warburg interessierte sich als Kunsthistoriker für die Medien des kulturellen Gedächtnisses, weshalb ihn der Aspekt der Erinnerung und der Spurensuche mehr interessierte als das memetische Fortschrittskonzept. Für ihn waren die lateinischen und griechischen Begriffe der Erinnerung (*memoria* und *mneme*) maßgeblich, die er für sein Konzept des Mnemosyne-Atlas adaptierte. Das von Warburg nach der Göttin der Erinnerung benannte Instrumentarium sollte wie eine kulturgeografische Karte einen Überblick zum Ursprung und zur Tradition sogenannter „Pathosformeln“ ermöglichen. Darunter verstand Warburg bildliche Zeichen und Gesten, deren Dominanz sich durch die Bildzeugnisse der Kulturgeschichte hinweg tradiert hat, die immer wieder aufgegriffen wurden und in Variationen Verbreitung fanden, weshalb der Kunsthistoriker ihnen als den Medien einer soziokulturellen Evolution nachspürte. Warburgs Interesse galt der Antike und der italienischen Renaissance, aber er wollte auch demonstrieren, wo die Pathosformeln in der Gegenwart weiter wirken. Theoretisch hat er damit den Prototypen von Internet-Memes klassifiziert, mehr jedoch greift Warburg dem Originalkonzept von Dawkins vor, wenn er statt von Memen von Engrammen spricht,

die das kulturelle Gedächtnis prägen. Warburg verhilft sich mit einem metaphorologischen Übertrag, um die Engrammtheorie für die Kunstgeschichte nutzbar zu machen und schuf so einen Vorläufer der Memetik für die Bildwissenschaft und die Theorie des medialen und kulturellen Gedächtnisses (Semon 1920: 201; Fleckner 1998: 15; Rieger 1998: 251, 259; Ullrich 2015).

Angewandt auf das Medienereignis des 11. September 2001 und das Herostratos-Motiv bietet Warburgs Modell hier das Instrumentarium für ein memetisches Deutungsmuster terroristischer Zerstörungspraxis. Das Tempelgebäude der Artemis fällt unter die gleiche Metaphorik wie das WTC als Kathedrale des Kapitals. Die Brandschatzung ist ein Anschlag (am 11. September von der Explosion der Flugzeuge verursacht), die Täterschaft wird jenen zugeschrieben, die das „Andere“ der Kultur verkörpern, die Barbaren und Feinde der Zivilisation, die wie Herostratos von Hass, Intoleranz und Gewalt getrieben sind (Borowitz 2005: 113; Stirnimann 2002: 94, 100). Der Suizid verschafft Unsterblichkeit im kollektiven Gedächtnis. Die Pathosformel bzw. das Mem des Attentats sind Ikonen im Zeitalter ihrer technischen Reproduzierbarkeit, sie können imitiert und variiert werden, wie seither weitere Anschläge und die Organisation neuer Terrorgruppen wie der IS in der Nachfolge al-Qaidas beweisen.

Auch methodologisch betrachtet schafft es die ikonologische Bildanalyse, die Warburg mitbegründet hat, den ideologischen Gehalt des Terroranschlags zu berücksichtigen, geht es doch um die Symbolik von Macht und asymmetrischer Kriegsführung sowie um vorgeblich religiöse Feindbildkonstruktionen. Ein ikonoklastischer Bildakt wie jener des 11. September 2001 hat seine Vorläufer in der Kulturgeschichte, wo die Zerstörung von Symbolen stets der Errichtung neuer Machtansprüche diente. Dieses Mem wurde also imitiert und adaptiert. Genauso war die Sprengung der Buddha-Statuen in Bahmian in Afghanistan ein inszeniertes ikonoklastisches Ereignis, das sich wiederum an das Herostratos-Motiv rückkoppeln lässt und repräsentativ für einen „Iconoclash“ steht, der mit Gewalt und Zerstörung auf die Produktion von Bildern abzielt. Bilder sind hier als Agenten bzw. Meme in einem „Bilderkrieg“ (Latour 2002; Latour/Weibel 2002; Stirnimann 2002: 87; Paul 2004; 2005; Bredekamp 2010) oder einem „Meme-War“ aktiv (Lasn 2012; Lemney 2013).

7 Schlussbetrachtung

Der Memplex Terrorismus ist mit der politischen Ikonografie verbunden. Die Aufmerksamkeitsstrategie terroristischer Akte lässt sich mit Beispielen aus der Werbekommunikation vergleichen, wodurch memetische Beziehungen offenbart werden. Die kulturhistorisch übergreifende Darstellungspraxis von Attentaten und Selbstmordanschlägen ruft stets ähnliche Reaktionsmuster hervor. Meme sind kulturanthropologisch betrachtet Replikatoren eines Mem-Krieges, dessen Schlachtfeld gegenwärtig in den Massenmedien und vor allem im Internet liegt. Meme werden hier adaptiert und weitergeleitet, so dass die Mediasphäre (Debray 2003: 56, 150f.) terroristisch besetzt ist. Die

Memetik kann Verbindungen zwischen kulturhistorischen Vorbildern und aktuellen Strategien der Imitation terroristischer Inszenierungen aufzeigen, sei es beim Motiv des Simson im Alten Testament oder beim Mythos des Herostratos in Bezug auf Anschläge wie am 11. September 2001. So ist es möglich, die kommunikationshistorische Dimension des Memplex Terrorismus konkreter zu erfassen, bis hin zur Konzeption von Werbespots wie dem Telegate-Clip.

Bezogen auf die Originalität des Terrorismusbegriffs, seine Transformationsgeschichte und aktuelle virale Verbreitung ist es wichtig, eine memetische Analyse weit vor dem Zeitalter des Internets beginnen zu lassen. Schon mit der christlichen Ikonografie oder dem erwähnten „Herostratos-Syndrom“ ist ein memetischer Ursprung der Darstellung von Terrorismus in analogen Medien gegeben. Die Viralität terroristischer Kommunikation hat mit den Möglichkeiten elektronischer Kommunikation jedoch zugenommen. Der globalisierte Memplex Terrorismus ist folglich mit Hilfe der Memetik sowohl erklärbar wie auch durch Meme begründet. Dank einer Verbindung von mediologischer, kunstwissenschaftlicher und memetischer Perspektive konnte hier der Effekt terroristischer Akte in Bezug auf die Bild-Text-Kommunikation erläutert werden. Die Schlagzeilen nach 9/11 und die Deutungen des Medienereignisses werden in ihrer memetischen Konstruiertheit dort sichtbar, wo sie ihr Framing in Rückbindung an ikonografische Vorbilder erhalten. Mythologie, Marketing und Kunstgeschichte sind Teil des Memplex Terrorismus, zu dessen strukturierter Aufklärung die Memetik beiträgt, indem sie die komplexen Zusammenhänge zwischen den Taten, Bildern, Texten und Methoden rekonstruierend aufzeigt.

Literatur

Althaus, Hans Peter, Helmut Henne und Ernst Wiegand Hebert (Hg.), 1980, Lexikon der Germanistischen Linguistik. Tübingen. Niemeyer.

Assmann, Aleida und Jan Assmann, 1994, Das Gestern im Heute. Medien und soziales Gedächtnis. S. 114-140, in: Klaus Merten, Siegfried J. Schmidt und Siegfried Weischenberg (Hg.): Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft. Opladen. Westdeutscher Verlag.

Baden, Sebastian, 2017, Das Image des Terrorismus im Kunstsystem. München.

Barthes, Roland, 1990, Die Rhetorik des Bildes. S. 28-46, in: Ders. (Hg.): Der entgegenkommende und der stumpfe Sinn. Kritische Essays III. Aus dem Französischen von Dieter Hornig. Frankfurt a. Main. Suhrkamp.

Becker, Anne, 2013, 9/11 als Bildereignis. Zur visuellen Bewältigung des Anschlags. Bielefeld. transcript.

Beuthner, Michael, Stephan A. Weichert, Irene Neverla, Sandra Fröhlich und Joachim Buttler (Hg.), 2003, Bilder des Terrors – Terror der Bilder? Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September. Band zur gleichnamigen Tagung im Warburghaus im November 2002. Köln. Herbert von Halem Verlag.

Blackmore, Susan, 1998, Imitation and the definition of a meme, Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission 2. Online-Publikation: http://cfpm.org/jom-emit/1998/vol2/blackmore_s.html. (Stand 01.09.2017)

Blackmore, Susan, 2000, Die Macht der Meme oder die Evolution von Kultur und Geist. Heidelberg/Berlin. Spektrum, Akad. Verlag.

Borowitz, Albert, 2005, Terrorism for Self-Glorification. The Herostratos Syndrome. Kent, Ohio/London. Kent University Press.

Bredenkamp, Horst, 2010, Theorie des Bildakts. Frankfurter Adorno-Vorlesungen 2007. Berlin. Suhrkamp.

von Bülow, Christopher, 2013, Mem. S. 318-324, in: Jürgen Mittelstraß (Hg.): Enzyklopädie Philosophie und Wissenschaftstheorie. Neubearbeitete und wesentlich ergänzte Auflage, 6 Bde., 2005-15, Bd. 5, 2013. Stuttgart/Weimar. Metzler.

Bülow, Lars, 2017, Sprachdynamik im Lichte der Evolutionstheorie – Für ein integratives Sprachwandelmodell. Stuttgart. Steiner-Verlag.

Buttler, Joachim, 2003, Ästhetik des Terrors – Die Bilder des 11. Septembers 2001. S. 26-41, in: Michael Beuthner, Stephan A. Weichert, Irene Neverla, Sandra Fröhlich und Joachim Buttler (Hg.): Bilder des Terrors – Terror der Bilder? Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September. Köln. Herbert von Halem Verlag.

Chéroux, Clément, 2011, Diplopie. Bildpolitik des 11. September. Konstanz. Konstanz University Press.

Corberia, Darío, und Carlos Jiménez (Hg.), 2009, Brumaria 14, 2009, iconoclas-tia – iconolatría/ iconoclasm – iconolatry. Madrid.

de Covarrubias, Sebastian, 1978 (1610). Emblemas morales, hg. v. Fundacion Univ. Española. Madrid. Publicaciones de la Fundación Universitaria Española. (Faksimile). Online verfügbar: <https://ia600209.us.archive.org/35/items/emblemasmoralesdoocovar/emblemasmoralesdoocovar.pdf>. (Stand 01.09.2017)

Dawkins, Richard, 2007 (engl. 1976). Das egoistische Gen. Heidelberg/München. Spektrum, Akad. Verlag.

Debray, Régis, 2002 (1994). Für eine Mediologie. S. 67-75, in: Claus Pias, Lorenz Engell, Oliver Fahle, Joseph Vogl und Britta Neitzel (Hg.): Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard (2000). 4. Auflage. Stuttgart. Metzler.

Debray, Régis, 2003 (frz. 1991). Einführung in die Mediologie, Bern/Stuttgart/Wien. Haupt.

Dietze, Carola, 2016, Die Erfindung des Terrorismus in Europa, Russland und den USA 1858–1866. Hamburg. Hamburger Edition HIS.

Feldmann, Hans-Peter, 2010, Another Book/noch'n Buch. Ausst.-Kat. Museo Nacional Centro de Arte Reina Sofia, Madrid; Parasol Unit, London; Malmö Konsthall. Hg. v. Helena Tatay. London. Walther Koenig.

Follath, Erich, Manfred Müller, Ulrich Schwarz und Stefan Simons, 2001, „Gott will es.“, Der Spiegel 41, 8.10.2001: 160–178. Online verfügbar: <http://www.spiegel.de/spiegel/print/d-20289346.html>. (Stand 01.09.2017)

Gatherer, Derek, 2005, Finding a Niche for Memetics in the 21st Century, Journal of Memetics - Evolutionary Models of Information Transmission 6. Online verfügbar: http://cfpm.org/jom-emit/2005/vol9/gatherer_d.html. (Stand 01.09.2017)

Girard, René, 1994, Das Heilige und die Gewalt. Frankfurt a. Main. Fischer-Taschenbuch Verlag.

Glucksmann, André, 2002, Dostoïevski à Manhattan. Paris. Robert Laffont.

Groys, Boris, 2008, Das Schicksal der Kunst im Zeitalter des Terrors. S. 49–67, in: Ders.: Die Kunst des Denkens, hg. und mit einem Nachwort von Peter Weibel. Hamburg. Philo Fine Art.

Hoffman, Bruce, 2008 (engl. 1998). Terrorismus – der unerklärte Krieg. Neue Gefahren politischer Gewalt. Frankfurt a. Main. Fischer.

Hoffmann, Felix (Hg.), 2011, Unheimlich vertraut/The Uncanny Familiar. Bilder vom Terror/Images of Terror. Ausst.-Kat. C/O Berlin, 10.09.–04.12.2011. Köln. Verlag der Buchhandlung Walther König.

Karl Müller Verlag (Hg.), 2002, Die Erste Seite. Internationale Schlagzeilen nach dem 11. September 2001. Köln.

Kirchhoff, Susanne, 2010, Krieg mit Metaphern. Mediendiskurse über 9/11 und den „War on Terror“. Bielefeld. transcript.

Latour, Bruno und Peter Weibel (Hg.), 2002, Iconoclash. Beyond the Image-Wars in Science, Religion and Art. Zentrum für Kunst und Medientechnologie Karlsruhe. Boston/London/Karlsruhe. MIT Press.

Latour, Bruno, 2002, Iconoclash. Gibt es eine Welt jenseits des Bilderkrieges? Berlin. Merve.

Lasn, Kalle, 2012, Meme Wars. The Creative Destruction of Neo-Classical Economics. London. Seven Stories Press.

Lemney, Huw, 2013, Interview with Kalle Lasn, The White Review, Januar 2013. Online verfügbar: <http://www.thewhitereview.org/interviews/interview-with-kalle-lasn/>. (Stand 01.09.2017)

McCann-Erickson, 09.09.2001, „11880“, Werbespot für Telegate. You Tube Screenshot. Online verfügbar: <http://www.youtube.com/watch?v=n81t9zDp6Nc>. (Stand 01.09.2017)

Münkler, Herfried, 2002, Die neuen Kriege. Reinbek bei Hamburg. Rowohlt.

Paul, Gerhard, 2004, Bilder des Krieges – Krieg der Bilder. Die Visualisierung des modernen Krieges. München/Paderborn. Schöningh.

Paul, Gerhard, 2005, Der Bilderkrieg. Inszenierungen, Bilder und Perspektiven der „Operation Irakische Freiheit“. Göttingen. Wallstein.

Paul, Gerhard, 2013, BilderMACHT. Studien zur Visual History des 20. und 21. Jahrhunderts. Göttingen. Wallstein.

Rauterberg, Hanno, 2006, Universale Zeichen. Warum die Bilder des 11. Septembers uns nicht loslassen, Die Zeit 37, 07.09.2006: 48.

Rieger, Stefan, 1998, Richard Semon und/oder Aby Warburg: Mneme und/oder Mnemosyne, Deutsche Vierteljahresschrift 72. Jahrgang 1998, Sonderheft (Medien des Gedächtnisses): 245–263.

Riegler, Thomas, 2009, Terrorismus. Akteure, Strukturen, Entwicklungslinien. Innsbruck. Studien Verlag.

Rötzer, Florian, 2002, Das terroristische Wettrüsten. Anmerkungen zur Ästhetik des Aufmerksamkeitsterrors. S. 86–104, in: Goedart Palm und Florian Rötzer (Hg.): MedienTerrorKrieg. Zum Kriegsparadigma des 21. Jahrhunderts. Hannover. Heise.

Roll, Evelyn, 2010, „Wir wollten den Knalleffekt“, Sueddeutsche Zeitung, 17.05.2010. Online verfügbar: <http://www.sueddeutsche.de/politik/werbespot-wir-wollten-einen-knalleffekt-1.636285>. (Stand 01.09.2017)

Seeßlen, Georg und Markus Metz, 2002, Krieg der Bilder – Bilder des Krieges. Abhandlung über die Katastrophe und die mediale Wirklichkeit. Berlin. Edition Tiamat.

Semon, Richard W., 1904, Die Mneme als erhaltendes Prinzip des organischen Geschehens. Leipzig.

Shifman, Limor, 2014, Meme. Kunst, Kultur und Politik im digitalen Zeitalter. Berlin. Suhrkamp.

Speel, Hans-Cees, 1995, Memetics: On a Conceptual Framework for Cultural Evolution. S. 229–254, in: Francis Heylighen, Johann Bollen und Alexander Riegler (Hg.): The Evolution of Complexity: The Violet Book of „Einstein Meets Magritte“. Dordrecht 1996. Online verfügbar: http://imagomundi.com.br/cultura/memes_speel.pdf. (Stand 01.09.2017)

Stirnimann, Victor-Pierre, 2002, The Terror and the Temple. S. 87–109, in: Luigi Zoja und Donald Williams (Hg.): Jungian Reflections on September 11: A Global Nightmare. Einsiedeln. Daimon Verlag.

Takeda, Arata, 2010, Ästhetik der Selbsterstörung. Selbstmordattentäter in der abendländischen Literatur. München. Fink.

Townshend, Charles, 2005, Terrorismus. Eine kurze Einführung. Stuttgart. Reclam.

Ullrich, Wolfgang, 2015, Inverse Pathosformeln. Über Internet-Meme, POP-Zeitschrift, 15.10.2015. Online verfügbar: <http://www.pop-zeitschrift.de/2015/10/15/social-media-oktobervon-wolfgang-ullrich15-10-2015/>. (Stand 01.09.2017)

Waldmann, Peter, 2011 (1998). Terrorismus. Provokation der Macht. 3. Auflage. Hamburg. Murmann.

Warburg, Aby, 2003, Gesammelte Schriften, II, 1: Der Bilderatlas Mnemosyne. Hg. v. Horst Bredekamp. Berlin/ Boston, Mass. De Gruyter.

Warnke, Martin, 1980, Vier Stichworte: Ikonologie – Pathosformel – Polarität und Ausgleich – Schlagbilder und Bilderfahrzeuge. S. 53–83, in: *Martin Warnke, Werner Hoffmann und Georg Syamken* (Hg.): Die Menschenrechte des Auges. Über Aby Warburg. Frankfurt a. Main. Europäische Verlagsanstalt.

Weichert, Stephan A., 2003, Von der Live-Katastrophe zum Medien-Denkmal: Das mediatisierte Krisenereignis 11. September. S. 74–102, in: *Michael Beuthner, Stephan A. Weichert, Irene Neverla, Sandra Fröhlich und Joachim Buttler* (Hg.): Bilder des Terrors – Terror der Bilder? Krisenberichterstattung am und nach dem 11. September. Köln. Herbert von Halem Verlag.

Weichert, Stephan A., 2007, Die Propaganda der Tat. Zur Kommunikationsstrategie des modernen Aufmerksamkeitsterrorismus. S. 83–98, in: *Sonja Glaab* (Hg.): Medien und Terrorismus – Auf den Spuren einer symbiotischen Beziehung. Berlin. Berliner Wissenschafts-Verlag.

Weigel, Sigrid (Hg.), 2007, Märtyrer-Porträts. Von Opfertod, Blutzeugen und heiligen Kriegerern. München. Fink.

Wilmes, Ulrich, 2012, Hans-Peter Feldmann. S. 112–114, in: *Patrizia Dander und Julienne Lorz* (Hg.): Bild-Gegen-Bild/Image Counter Image. Haus der Kunst München, 10. Juni – 16. September 2012. Köln. Verlag der Buchhandlung Walter König.

Wördemann, Franz, 1977, Mobilität, Technik und Kommunikation als Strukturelemente des Terrorismus. S. 140–157, in: *Manfred Funke* (Hg.): Untersuchungen zu Struktur und Strategie revolutionärer Gewaltpolitik. Schriftenreihe der Bundeszentrale für politische Bildung, Bd. 123. Bonn.