SSOAR

Open Access Repository
www.ssoar.info

# Mediale Symbolpolitik im Prozeß der Wiedervereinigung

Weisenbacher, Uwe

Veröffentlichungsversion / Published Version
Sammelwerksbeitrag / collection article

**Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:**
Weisenbacher, U. (1995). Mediale Symbolpolitik im Prozeß der Wiedervereinigung. In H. Sahner, & S. Schwendtner (Hrsg.), *27. Kongreß der Deutschen Gesellschaft für Soziologie - Gesellschaften im Umbruch: Sektionen und Arbeitsgruppen* (S. 216-223). Opladen: Westdt. Verl. https://nbn-resolving.org/urn:nbn:de:0168-ssoar-137472

**Nutzungsbedingungen:**
*Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.*
*Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.*

**Terms of use:**
*This document is made available under Deposit Licence (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual and limited right to using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All of the copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute or otherwise use the document in public.*
*By using this particular document, you accept the above-stated conditions of use.*

gesis
Leibniz-Institut
für Sozialwissenschaften

Mitglied der
Leibniz-Gemeinschaft

## 3. Mediale Symbolpolitik im Prozeß der Wiedervereinigung

*Uwe Weisenbacher*

Angesichts des aktuellen Falles "Berlusconi" mehren sich hinsichtlich der Thematik mediale Symbolpolitik vornehmlich im Feuilleton der Presse die Stimmen derjenigen, die aufgeregt über die überwältigende Macht der Bilder im Fernsehen und den Verfall der Schriftkultur räsonieren und zugleich nach moralisch verantwortlichen Politikern suchen. Damit werden die immer gleichen medienkritischen Argumentationsfolien aufgelegt. Da derartige feuilletonistische Aufgeregtheiten aber weithin die öffentlichen Diskussionen bestimmen, kommt man nicht daran vorbei, mit der Eröffnung eines wissenschaftlichen Zuganges zum gegenwärtig exponierten Feld mediale Symbolpolitik auch gleichzeitig diese moralisierenden Argumentationsfolien zu erklären. Dies ist zudem deshalb geboten, weil nicht eben selten auch Wissenschaftler in die Klagelieder einstimmen; man denke z.B. an Neil Postmans Schwarzweißmalereien, die folgendermaßen umschrieben werden können: "Der Verfall des guten Buches und die Machtübernahme im Bereich menschlichen Urteilens durch Fernsehen und Computer".[1]

Davon ausgehend sind die Fragen, die im Rahmen dieser kurzen Arbeit einer Klärung nähergebracht werden sollen, folgende: Wie läßt sich das Phänomen mediale Symbolpolitik wissenschaftlich angemessen zugänglich machen, und wie sind die moralisierenden Kritiken an medialer Symbolpolitik konstruiert? Dazu werden Analysen von Materialien aus dem Prozeß der Wiedervereinigung mit theoretischen Überlegungen verbunden.

Wenn von medialer Symbolpolitik die Rede ist, dann muß zunächst einmal, gegen die Tendenz zu überhitzter Aktualität, festgehalten werden, daß dieses Phänomen keinesfalls mit der vielbeschworenen "Telekratie des Medienzaren Berlusconi" in die Welt gekommen ist. Symbolpolitik gab es als Phänomen schon lange vor den elektronischen Medien, wenngleich selbstverständlich sofort anzufügen ist, daß die Schärfe des Problems *mediale* Symbolpolitik sich vor allem mit den Kommunikationsmedien des 20. Jahrhunderts ergibt. Dennoch, es muß in Erinnerung gerufen werden: Das Phänomen Symbolpolitik ist deutlich älter als das Fernsehen, wie man vom Populismus in der römischen Republik bis ins 20. Jahrhundert am Rundfunk der Nationalsozialisten sehen kann.[2]

Wenn es denn richtig ist, daß gegen verkürzende Moralisierungen nur die sachliche Rekonstruktion des Gegebenen aufgeboten werden kann, dann darf vor allem nicht verkannt werden, daß das allgemein "Anstößige" der medialen Symbolpolitik, der Ruch von Instrumentalisierung, Manipulation, Verdummung, nichts so Außergewöhnliches ist, als daß es nicht von jedem einzelnen in seinem täglichen Handeln in der ambivalent gewordenen Moderne ebenfalls sozial gebraucht würde: Marketingstrategien und Public Relations in eigener Sache werden unter modernen Bedingungen in jedem Teilsystem der Gesellschaft, also keineswegs nur im politischen System, von allen Subjekten angefordert. Und wenn es - wie bekanntlich Niklas Luhmann immer wieder betont - richtig ist, daß moderne Gesellschaften auf der Ebene der funktional ausdifferenzierten Subsysteme über binäre Codes und über symbolisch generalisierte Kommunikationsmedien laufen, und das bedeutet im Falle des politischen Systems: über die Zugehörigkeit zu Regierung oder Opposition und über Macht, dann kann es nicht verwundern, daß es dort funktional

zwar um alles mögliche geht, aber kaum um Moral.[3] Dies gilt gerade dann, wenn unablässig alle komplexen Interessenlagen, finanziellen Abhängigkeiten und Machtbeziehungen zum Zwecke der symbolpolitischen Außendarstellung moralisierend aufbereitet werden; *moralisierend* heißt hier, daß diese komplexen gesellschaftlichen Lagen auf "familial-interaktiv" nachvollziehbare, vereindeutigende und kontrastive Positionierungen, die zu Anteilnahme und Bewertung auffordern, gebracht werden.

Die Vermutung stellt sich hier ein, daß die verbreitete moralisierende Kritik der medialen Symbolpolitik tendenziell denselben mythischen Vereinfachungen komplexer, relationaler gesellschaftlicher Vorgänge gehorchen könnte, die im Rahmen medialer Symbolpolitik zur Vermittlung von besonderen politischen Interessenlagen als vorgeblich allgemeinen und vom Publikum nachzuvollziehenden aufgeboten werden. Wesentlich um die Logik dieser mythischen Vereinfachungsfolie wird es im folgenden gehen; wenn es rekonstruktiv gelingt, diese Folie selbst in den Blick zu bekommen, dann ist wissenschaftlich getan, was möglich ist, um über Moralisierungen hinauszugelangen und zudem ein konstitutives Moment medialer Symbolpolitik herauszuarbeiten.

Um nach den notwendigen Vorbemerkungen zur Sache zu kommen, wird nun auf einen vertrauten Fall zurückzugreifen sein, der sich in viele Facetten gliedert und in den Details politisch umstritten ist wie kaum ein anderer: den Prozeß der deutschen Wiedervereinigung. Am Material soll deutlich gemacht werden, daß dieser Fall in der politischen Kommunikation als medialsymbolischer Mythos fungiert.

Was nun ist das Problem des Wiedervereinigungsprozesses in bezug auf die mediale Symbolpolitik der Parteien? Nichts anderes als die Darstellung entweder des allmählichen Gelingens (Regierung: CDU und FDP) oder des tendenziellen Scheiterns (Opposition: SPD, B90/Grüne und PDS) der *Einheit*. Die Inszenierung der Einheit als zwar ständig aufgeschobene, aber doch möglichst bald zu vollendende ist also Pflicht aller Regierenden, die Inszenierung, daß mit der Einheit vieles schief läuft und wir noch weit von ihrer Vollendung entfernt sind, ist Pflicht der Opposition. Bezugspunkt für *alle*, für Regierung und Opposition, ist dabei das Werden zur Einheit. Für die Analyse interessieren deshalb hier nicht die parteipolitisch-inhaltlichen Kontrastfolien, sondern die mythische Konstruktion einer alle umfassenden "Frage deutscher Identität", wie dieses Werden zur Einheit im Verlauf der im folgenden beschriebenen Veranstaltung bezeichnet wurde.

Wenn der Bremer Bürgermeister Wedemeier in seiner Ansprache im vergangenen Jahr anläßlich des Festaktes zum "Tag der Deutschen Einheit" im Bremer Kongreßzentrum - live übertragen im Fernsehen - nicht nur die Anwesenden begrüßt, sondern explizit auch die Fernsehzuschauer dazu aufruft, daß "wir" heute "gemeinsam Zeichen setzen wollen", dann haben alle Deutschen in medialer Gemeinsamkeit das Ritual der in Zukunft zu erwartenden Einheit zu vollziehen. Lediglich die penetrant häufig und abwechselnd eingeblendeten Wahlkampfkandidaten Kohl und Scharping erinnern da noch von Ferne an kontrastive mediale Symbolpolitik. Bundespräsident Herzog spricht nach Wedemeier angesichts der Wiedervereinigung von einem "Geschenk" und von einem "unerhörten Glücksfall". Dann allerdings wendet er sich dem seit 1989 Gewordenen zu: Übergroße Erwartungen hätten in Ost und West zu Enttäuschungen geführt. Er stellt sich die Frage, wie denn damit umzugehen sei, und kommt zur schlichten, aber unmittelbar nachvollziehbaren Einbindungs- und Glaubwürdigkeitsformel, daß man auf allen Seiten Geduld brauche, und daß er persönlich sicher sei, daß der Erfolg kommen wird. Er sei zudem gegen das Fragen nach

politischen Fehlern, und es gelte: Nicht was uns noch trennt, sondern was uns schon eint, ist wichtig.

An dieser Inszenierung der Einheit wird deutlich, daß der Prozeß der Wiedervereinigung symbolpolitisch als Teleologie aufbereitet wird: Mühsam ist der Weg, groß sind die zu erbringenden Verzichtleistungen, aber die Einheit wird kommen, weil sie kommen muß, weil sie im mythischen Ursprung des "Geschenkes", des "unerhörten Glücksfalles" bereits beschlossen liegt. Und gerade weil keiner zu erklären vermag, was denn unter Einheit nun konkret zu verstehen sei, kann die ursprünglich angelegte und in Zukunft zu erwartende Einheit als Legitimationsmythos dienen. Als Vorgeschmack auf die zukünftige Gemeinschaft aller Deutschen stiftet das Fernsehen die entsprechenden Bilder der religiösen Vereinigung: Der Raum der oben genannten Veranstaltung war nach kirchlichem Modell gestaltet, und der Kommentator erwähnte mit getragener Stimme, daß alle im Saal Versammelten geradewegs vom Gottesdienst kämen.

Eine weitere grandiose mediale Inszenierungsleistung des Einheitsherstellens brachte im Vorfeld der Bundestagswahlen Bundeskanzler Helmut Kohl zustande: In der Sportsendung *Ran* (Sat 1) schlichtete er im Beisein des Moderators Beckmann und in fulminanter Übernahme von dessen Rolle den schwelenden und Fußballdeutschland beunruhigenden Streit zwischen "Kaiser" Franz Beckenbauer und dem "Kameraden" Berti Vogts - und dies alles über die mediale Zuschaltung der beiden Letztgenannten und rechtzeitig vor der Fußballweltmeisterschaft. Ohne eine einzige parteipolitische Aussage zu treffen, ist es Helmut Kohl hier gelungen, vor einem Millionenpublikum Einheitskompetenz symbolisch darzustellen, besser gesagt: buchstäblich vorzuhandeln. Der "Kanzler der Einheit" - so bezeichnet er sich mitunter selbst - verzichtet ohnehin mehr und mehr auf verbale politische Aussagen; das symbolpolitisch revolutionäre Plakat der CDU zur letzten Bundestagswahl bestand schlicht aus dem Bild Helmut Kohls - stehend in einer Menge, alle ihn Umstehenden und ihm Zugewandten überragend und weise an ihnen vorbei ins Unendliche lächelnd: ein Wahlplakat ohne Slogan, ein ganz auf die Evokation von Emotionen zielendes Bild des Einheitsstifters.[4]

Weitere Materialien zum Mythos "Einheit" können hier aus Platzgründen bedauerlicherweise nicht angeführt werden - Mythos, dies kann jetzt noch ergänzt werden, weil die identitätsstiftende Funktion jedes Mythos im Prozeß der Wiedervereinigung zugleich inhaltliches und nahezu einziges Ziel aller staatlichen Politik wird. Ich gehe nun zur Analyse der Folie über, die sowohl die Mythen der medialen Symbolpolitik als auch die moralisierenden Kritiken an medialer Symbolpolitik strukturiert.

Daß den via mediale Symbolpolitik verbreiteten Mythen der Garaus gemacht werden soll, das ist für viele Kritiker so unmittelbar evident und pädagogisch bedeutsam, daß weiteres Nachfragen hier im Problemhorizont gar nicht auftauchen kann. Wenn hier aber nicht nachgefragt wird, dann werden sich die öffentlichen Diskussionen weiter im Kreise drehen: Die einen praktizieren weiter - und reproduzieren noch in den Fernsehdiskussionen zur medialen Symbolpolitik eben diese (bei Sat 1 gab es vor der Wahl z.B. eine Talk-Show zur Frage, warum Helmut Kohl so gut ankommt); die anderen moralisieren weiter, ohne daß ein aufklärerischer Effekt erkennbar wäre (Hans-Joachim Maaz, ein bekannter Psychotherapeut, war in der angesprochenen Talk-Show als Kritiker geladen und konnte trotz aller Bemühungen um inhaltliche Auseinandersetzung nichts am Gesamteffekt ändern: daß nämlich die Sendung das Ankommen Helmut Kohls stützte).

Wie also ist die mythische Dimension medialer Symbolpolitik zu verstehen, und wie ist die Folie der moralisierenden Kritik gebaut? Mythen und Rituale werden in der wissenschaftlichen Literatur - und dies ganz zu Recht, wie vorhin am Falle des Wiedervereinigungsprozesses ja zu erkennen war - an erster Stelle genannt, wenn über das Beschreiben von Fernseh- oder Presseinhalten hinaus das Funktionieren der medialen Symbolpolitik *erklärt* werden soll. Zumeist wird unterstellt, daß Mythen von interessierter Seite als Verdichtung und Konzentrierung komplizierter realer Verhältnisse auf nachvollziehbare Positionen einem Publikum angeboten werden. Mal wird dann eher davon ausgegangen, daß Mythen auf ein wehrlos-passives Unbewußtes zielen, mal wird eher betont, daß die Mythen von den Rezipienten selbst aktiv konstruiert werden. Und manchmal finden sich beide Überlegungen in einen Erklärungsversuch verschachtelt - so auch beim Klassiker der entsprechenden Forschung, bei Murray Edelman.[5] Von ihm werden überdies en passant die psychoanalytische Mythenforschung zitiert und Bezüge zur Verhaltensforschung von Konrad Lorenz angedeutet. Aber insgesamt bleibt begrifflich unscharf, was unter Mythos im Kontext von Symbolpolitik genau zu verstehen ist, und so wird man trotz der fein verästelten Beschreibungen symbolpolitischer Vorgehensweisen den Eindruck nicht los, daß mit solchen unklaren Bestimmungen der mythischen Dimension der medialen Symbolpolitik erklärungstheoretisch kaum mehr als ein diffuser Ideologieverdacht geäußert werden kann. Soll darüber hinausgegangen werden, dann muß eine Erklärung für die Möglichkeit mythischer Deutungsstrukturen gerade unter modernen Bedingungen gefunden werden.

Um welches Problem es sich dabei handelt, das kann man allerdings gerade Edelman sehr wohl entnehmen, wenn er politische Mythen als für die Rezipienten bedeutsame Deutungsangebote, die die Kohärenz des jeweiligen Selbst- und Weltverständnisses sicherstellen, und Rituale als gemeinschaftsstiftende Handlungsformen begreift. Das alles ist soziologisch sicherlich noch nicht weiter erstaunlich, aber Edelman kehrt darüber hinaus einen Bezug hervor, den aufzunehmen und zu überarbeiten sich lohnt: Die mythische Wirkung der Symbole wird von ihm an die Ambivalenz des Menschen gebunden - allerdings, und das ist hier ein kategoriales Problem, in höchst unklarer Weise. Denn völlig unhistorisch wird eine Art Ontologie der Ambivalenz unterstellt, und deshalb kann gerade die spezifische Konstellation moderner Ambivalenz - und diese ist sowohl auf der Seite der Rezipienten als auch auf der Seite der Produzenten in Werbeagenturen und Parteizentralen der Anknüpfungspunkt für mediale Symbolpolitik in der Gegenwart - nicht erkannt werden.

Diese moderne Ambivalenz - begriffen als die Lage der Subjekte in modernen Spannungsfeldern und deren Verarbeitungsweise - ist also *ein* Schlüssel zum Verständnis zeitgenössischer Formen medialer Symbolpolitik, und sie ist zugleich *der* Schlüssel zum Verständnis moralisierender Kritiken an derselben - "Kritiken", die im Namen der Authentizität, der Rationalität oder der Dignität der Schriftkultur gegen politischen Betrug und Täuschung oder gegen den Verlust der Urteilsfähigkeit in schnellen Bildmedien vorgebracht werden.

Wie, so muß deshalb hier weitergefragt werden, sind die Genese und die Bedeutung der modernen Ambivalenz in bezug auf moderne Subjekte, in unserem Kontext sowohl der Produzenten als auch der Rezipienten medialer Symbolpolitik, zu verstehen? Moderne Ambivalenz, die ja bekanntlich in den letzten Jahren in den Sozialwissenschaften einen immensen Zuwachs an Aufmerksamkeit erfahren hat, ist dann zu verstehen, wenn man die historische Auflösung von welt- und selbstorientierenden Fixpunkten sowie das entsprechende Aufkommen der Authentizitätsthematik und einer neuen Strukturlogik des Welt- und Selbstverstehens mitbedenkt. Um diese

These zu erläutern und für den Kontext der medialen Symbolpolitik fruchtbar zu machen, muß etwas weiter ausgeholt werden.[6]

Im 16., 17. und 18. Jahrhundert beginnt mit dem neuzeitlichen Durchbruch der modernen Naturwissenschaften und der mechanischen Logik der Maschine die Rede von der Natur als dem unhintergehbaren, sinnstiftenden Einheitszusammenhang zu zerfallen. Die verschiedenen Strömungen der philosophischen Aufklärung zeigen die menschliche Abhängigkeit hinkünftiger Maßstäbe auf. Was man - mit Jürgen Habermas - als Geltungsanspruch auf die Wahrheit der objektiven Welt bezeichnen kann, ist nicht länger absolutistisch einzulösen, sondern wird faktisch menschlich produzierten Bedingungszusammenhängen und der relationalen Logik der Maschine überantwortet.

Im 18. und 19. Jahrhundert ereilt dieser Prozeß der Relationierung und Funktionalisierung des Wissens, der von seiner materialen Bedingung sozialweltlicher Ausdifferenzierung, also dem Siegeszug des Kapitalismus, nicht abzukoppeln ist, in aller Schärfe die bis dahin immer noch traditional gültige Gefügtheit der Sozialwelt. Spätestens seit Marx ist der Geltungsanspruch auf die normative Richtigkeit der sozialen Welt nicht mehr mit einem Hinweis auf die gegebene normative Kraft des Faktischen zu beschwichtigen. Sozialwelt wird als Ganzes, als Gesellschaft, in ihren relationalen Bedingungszusammenhängen, in ihrer menschlichen Verfaßtheit und Änderbarkeit thematisierbar, sie entwindet sich absolutistischer Gesetztheit.

Im Umbruch vom 19. ins 20. Jahrhundert wird schließlich der Absolutismus des Subjektes prekär. Seine bewußte Identität und die darauf gründbare Rationalität werden von Nietzsche und Freud bestritten, bedeutende Kunstbewegungen des 20. Jahrhunderts, wie Futurismus und Surrealismus, kreiseln um diese Eliminierung des letzten Fixpunktes: des zurechenbaren, eindeutigen Selbst. In diesem ganzen Prozeß des Zerfalls letzter Einheiten ist der Schub der Physik, der Kybernetik und der elektronischen Kommunikationsmedien des 20. Jahrhunderts kaum zu überschätzen. Mehr als jemals zuvor in der Geschichte wirkten und wirken diese theoretischen Modelle und Medien auf die wissenschaftliche Konstruktion der Realität - und also auch der modernen Subjekte in ihr - zurück. Als Resultat des gesamten Prozesses der Eliminierung von Fixpunkten bleibt in bezug auf die Authentizität moderner Subjekte eine kategoriale Paradoxie zu notieren: der Geltungsanspruch auf expressive Wahrhaftigkeit der subjektiven Innenwelt wird, nachdem er in der autobiographischen Bekenntnis- und Geständnisliteratur schon seit einigen Jahrhunderten in seinen Ambivalenzen vorgeführt wurde, gerade in der Realität des gegenwärtigen Alltags vehement erhoben und behauptet - und gleichzeitig zurückgenommen. Ob es sich nun um Scherz, List oder Betrug handeln mag - niemand weiß das heute in allen Fällen mit Sicherheit zu unterscheiden: Authentizität ist und ist nicht. Und weil Authentizität als das letzte Stück Heiligkeit in säkularisierten Zeiten glorifiziert wird, bleibt dieser Geltungsanspruch der Wahrhaftigkeit auch in unseren Tagen umkämpft. Alles wurde den modernen Subjekten relationiert - die absolute Wahrheit des objektiven Wissens ebenso wie die absolute Gewähr legitimer Ordnung, und nun folgt noch diese letzte Zumutung: Erkenne deine eigene Brüchigkeit, deine Verwobenheit in die soziale und naturale Textur an, entkerne dich. Unter dieser Anforderung versuchen sich moderne Subjekte mit dem Mittel intensivierten Vertrauens auf die *eigene* Authentizität zu behaupten.

Authentizität dient dabei mittlerweile als zentrale Legitimationsbastion - für die Lebensführung im Alltag ohnehin, aber zunehmend auch in politischen Kontexten: Der Hinweis auf die Authentizität des eigenen Gemeinten, Gesagten und Erhandelten genügt heute in aller Regel, um diskur-

siven Anforderungen auszuweichen. Dies gilt insbesondere für die Verknüpfung von Angst und Authentizität: Die authentische Angst ist zum Angelpunkt der Moderne geworden; Luhmann (1986: 240)bringt dies auf den Punkt:

"Dabei braucht Angst gar nicht wirklich vorhanden zu sein. Angstkommunikation ist immer authentische Kommunikation, da man sich selbst bescheinigen kann, Angst zu haben, ohne daß andere dies widerlegen können. (...) Angst widersteht jeder Kritik der reinen Vernunft. Sie ist das moderne Apriori - nicht empirisch, sondern transzendental. Sie ist das Prinzip, das nicht versagt, wenn alle Prinzipien versagen. (...) Man kann ihr eine große politische und moralische Zukunft voraussagen."

Für die Mythen medialer Symbolpolitik heißt dies, daß die Angebote der politischen Kommunikatoren offensichtlich dann maximal ins Schwarze treffen können, wenn unter Absehung politischer Inhalte und komplexer Bezüge die schiere expressive Glaubwürdigkeit von Personen und Positionen inszeniert wird und dabei den Rezipienten mythische Authentizitätsangebote entweder zur Beschwichtigung oder zur Hervorrufung von Ängsten gemacht werden; zwischen Verschwörung (Vorsicht: Feind) und vergemeinschafteter Gelöstheit (Modell "Treue Freunde") bewegen sich dann die Deutungsangebote. Expressive Glaubwürdigkeit ist das Vordringlichste, was ambivalente moderne Subjekte von der Politikvermittlung erwarten - und die offizielle mediale Symbolpolitik antwortet ihnen entsprechend unterkomplex. Hierfür eignen sich die Bilder des Mediums Fernsehen vorzüglich, aber selbstverständlich auch das wortlose Plakat des Kanzlers.

Wie ist nach diesen Überlegungen ein Zugang zu medienkritischen Moralisierungen möglich? Dazu muß berücksichtigt werden, daß heute Authentizität von modernen Subjekten als eine *ambivalente* Selbstkonstruktion eingeführt wird, die zwischen einer mythisch-subjektivischen Logik absolutistischer Selbstsetzung und einer aufgeklärt-relationalen Logik des Eingestelltseins in Bedingungszusammenhänge schwankt. Dabei ist das Grundmuster der mythischen Logik, daß das je in Frage stehende Vorfindliche als von einem begründenden Ursprung her Gegebenes gedacht wird; die Erklärung des jeweils zu Erklärenden erfolgt über die Schiene: Substanz - Emanation. Das Grundmuster der relationalen Logik ist die maschinal-systemische Vernetzung konstitutiver Beziehungen; die Erklärung erfolgt über die komplexe Relationierung von Elementen oder, zugespitzt, über die Relationierung von Relationen. Mit *Logiken* sind demnach hier die grundlegenden Strukturierungsfolien gemeint, "Welt" und "Selbst" insgesamt konstruieren zu können.[7]

Wenn - wie oben gezeigt - historisch nacheinander für Natur, Sozialwelt und subjektive Innenwelt die Logik umgestellt wurde, so bedeutete dies jeweils den Umbruch von absoluten Geltungen und identischen Geistersprüngen hin zu relationalen Bedingungskonstellationen. Die Konsequenzen dieses historischen Umbruchs der Strukturlogiken für die Denkstrukturen und Texte moderner Subjekte sind gravierend: Moderne Subjekte können heute grundsätzlich über zwei Logiken des Weltverstehens verfügen, lebenspraktisch gesehen freilich immer in Abhängigkeit von konkreten Bedingungen. Mit anderen Worten: Sie können mit zwei Weisen von weltkonstituierender Strukturierung operieren, die entsprechend gebildeten Interpretamente von Welt, von sich selbst, von anderen können in sich konfligieren. Verwerfungen zwischen den beiden Logiken sind möglich, weil die ältere mythische Logik zwar historisch überholt wurde, aber auch in der Moderne in jeder neu beginnenden Ontogenese wieder als frühe Strukturierungsnotwendigkeit interaktiv konstruiert wird. Bei denjenigen, die sich durch ihre Ontogenese hindurch in der Moderne die relationale Logik erarbeiten und ein entsprechend dezentriertes Verständnis von gei-

stentleerter Natur, veränderbarer Sozialwelt und "entkerntem" Selbst mitführen, verschwindet die ältere Logik nicht als eine vormals erworbene Möglichkeit anderen Strukturierens.

Für unseren Zusammenhang medialer Symbolpolitik und die eingangs aufgeworfenen Fragen heißt dies nun folgendes: Die beiden Strukturlogiken, die angesichts der Doppelbödigkeit moderner Bedingungen und der entsprechenden Ambivalenz moderner Lebenspraxis in allen Texten moderner Subjekte in je konkret analysierbaren Mischungs- und Verwerfungsverhältnissen vorliegen, können in eine textumfassende Konkurrenz geraten. Die entsprechenden Weltkonstruktionen brechen dann regelrecht auseinander: mal schlägt das Pendel zur modernitätskritisch aufrechterhaltenen Authentizität mittels der subjektivischen Logik aus, die semantisch und pragmatisch alle vorstellbaren Moralisierungen und Identitätssehnsüchte gestattet, mal zur distanzierten Funktionalisierung und Relationierung alles Vorfindlichen, die semantisch und pragmatisch reine Beobachtungspositionen auf der Grundlage radikalisierter kognitiver Dezentrierung ermöglicht.

Exakt diese radikalisierte Ambivalenz der strukturlogischen Folie findet sich im Bereich der moralisierenden Medienkritik: Hier laufen die Texte einerseits entlang der relationalen Diagnose eines vollständigen Verhängniszusammenhanges und andererseits entlang der Sehnsucht nach "reiner" Authentizität und moralischer Eindeutigkeit. Die sogenannte Medien-/ Bilder-/ Informations-/ Kriegsmaschine wird zum negativen Weltganzen totalisiert, dem eigentlich nichts entrinnen kann - und gleichzeitig wird diese Bedrohung mit Appellen an Moral, an "Menschlichkeit", an das wahrhaft "Echte" usw. unterlaufen. Anhand der feuilletonistischen Auseinandersetzung mit dem Golfkrieg konnte dieser Zusammenhang strukturlogisch begriffen und zugleich veranschaulicht werden.[8] An dieser Stelle kann lediglich ein illustratives Beispiel gegeben werden.

Anläßlich einer Rezension von Paul Virilios Golfkriegsanalyse *Krieg und Fernsehen* war zu lesen: "Virilio, der wie wenige zeitgenössische Autoren philosophische und politische Prägnanz mit humanem Engagement und einem frappierenden Wissen vereint, gibt in 'Krieg und Fernsehen' wesentliche neue Impulse (...) In der 'Dromokratie', im permanenten Krieg der Kommunikationswaffen, stirbt unaufhaltsam die Demokratie. Vor den Fernsehschirmen wohnen die Bürger ihrer eigenen Hinrichtung als Mitbürger bei."[9] Nichts ist mehr übrig (es geht immerhin um die *mediale Hinrichtung* aller Bürger im Kommunikationskrieg, um den *Tod* der Demokratie), aber ein diffuses *humanes Engagement* - wogegen, wofür, man erfährt es im gesamtem Kontext der Rezension nicht - gibt weiterhin *wesentliche neue Impulse.*

Als Ertrag darf abschließend - nach der Analyse von Materialien der symbolpolitischen Aufbereitung des Prozesses der Wiedervereinigung, nach theoretischen Überlegungen zum Zusammenhang von moderner Ambivalenz, Angst und Authentizität und nach der Skizzierung der Folie der moralisierenden Medienkritik - festgehalten werden: Die relationalen Totalisierungen und die mythischen Spekulationen der moralisierenden Medienkritik lassen sich ebenso wie die mythischen Gestaltungen der medialen Symbolpolitik als Konsequenzen strukturlogischer Denknötigungen unter modernen Bedingungen begreifen.

**Anmerkungen**

1) Siehe hierzu in aller Ausführlichkeit: Postman (1992).
2) Herfried Münkler (1994) hat politische Bilder und die Politik der Metaphern von der Antike bis in die Neuzeit analysiert; siehe zur Geschichte der Symbolpolitik - v.a. im 19. und 20. Jahrhundert - auch die Beiträge in: Voigt (1989).
3) Vgl. dazu Luhmanns Ausführungen zur Politik: Luhmann (1986: 167ff.).

4) Mediale Symbolpolitik wird von Politikern spätestens seit dem Modell Ronald Reagan zunehmend als hochbedeutsame Angelegenheit verstanden; so hat sich auch Helmut Kohl 1994 im Bundeskanzleramt eine "Stabsstelle für Öffentlichkeitsarbeit und Medien" eingerichtet - und sie sich direkt unterstellt.
5) Edelmans Studien *The Symbolic Uses of Politics* (erschienen 1964) und *Politics as Symbolic Action* (erschienen 1971) sind in deutscher Übersetzung in großen Auszügen zusammengefaßt unter dem Titel *Politik als Ritual* (1990).
6) Die im folgenden nur als Skizze darstellbaren Überlegungen zum Zusammenhang von Ambivalenz, Authentizität und strukturlogischer Zugangsweise habe ich an anderer Stelle ausführlich erörtert: Weisenbacher (1993).
7) Grundlegend dazu: *Die Logik der Weltbilder* von Günter Dux (1982).
8) Siehe hierzu: Weisenbacher (1995).
9) Ludger Lütkehaus (1994).

### Literatur

Dux, Günter (1982), Die Logik der Weltbilder. Sinnstrukturen im Wandel der Geschichte. Frankfurt/M..

Edelman, Murray (1990), Politik als Ritual. Die symbolische Funktion staatlicher Institutionen und politischen Handelns. Frankfurt/M./ New York.

Lütkehaus, Ludger (1994), Eine Geschichte des betrogenen Auges, in: Badische Zeitung vom 18.1.1994.

Luhmann, Niklas (1986), Ökologische Kommunikation. Kann die moderne Gesellschaft sich auf ökologische Gefährdungen einstellen?. Opladen.

Münkler, Herfried (1994), Politische Bilder, Politik der Metaphern. Frankfurt/M.

Postman, Neil (1992), Das Technopol. Die Macht der Technologien und die Entmündigung der Gesellschaft. Frankfurt/M.

Voigt, Rüdiger (1989), Hg., Politik der Symbole. Symbole der Politik. Opladen.

Weisenbacher, Uwe (1993), Moderne Subjekte zwischen Mythos und Aufklärung. Differenz und offene Rekonstruktion. Pfaffenweiler.

Weisenbacher, Uwe (1995), Der Golfkrieg in den Medien - Zur Konjunktur von Paul Virilio und Jean Baudrillard im Feuilleton, in: Stefan Müller-Doohm/ Klaus Neumann-Braun (Hg.), Kulturinszenierungen. Frankfurt/M.

Dr. Uwe Weisenbacher, Universität Freiburg, Institut für Soziologie, Rempartstr. 15, D-79085 Freiburg

## 4. Von der Reklame zur Propagierung von Werten. Funktionswandel der Gesellschaft im Spiegel der Werbung

*Jo Reichertz*

Werbung hat sich (seit es sie als eigenen Geschäftsbereich gibt) stets aus der Zeugkammer des Religiösen bedient. Viele Autoren und Herausgeber von Sammelbänden haben diese Tatsache im Laufe der letzten Jahre ausführlich dokumentiert (z.B. Bühler 1973, Goeden 1974, Tremel 1986, Cöster 1990, Albrecht 1993). Meist wurden diese Feststellungen vorgetragen entweder mit dem Ton eines wehmütigen und besorgten Bedauerns ob der Entwertung des Religiösen oder gar mit dem Ton des offenen Abscheus angesichts der Skrupellosigkeit, mit der die Werbung die Insignien des Heiligen und Göttlichen allein des schnöden Mammons wegen entweiht. Allerdings be-