

9. Jahrestreffen Offener Kanäle am 6. und 7. September 2002 in Berlin „Bürgergesellschaft und Medien – Zur Bedeutung des Bürgerrundfunks“

Impulsreferat: Prof. Dr. Franz Josef Röhl

Mythen und Symbole in der Politik

Die Überzeugung, dass Bilder mehr sind als Abbildungen des Dargestellten und dass von dem, der eine Vorlage für ein (Ab-)Bild abgibt, ein Bild gemacht wird, d.h. als Bild gedeutet wird, ist keineswegs ein neues Thema. Religion und Politik verstehen es seit Jahrhunderten, Bilder als Vehikel für ihre Botschaften zu instrumentieren. ZANKERS (1990) Analyse über Augustus und die Macht der Bilder, eine Analyse, wie es Augustus zu Beginn unserer Zeitrechnung gelang, 'Bilder' in die Dienste der politischen Macht zu stellen und BARTEZKOS (1985) Untersuchung Illusionen in Stein über die Bedeutung der Architektur im Nationalsozialismus zeigen beispielhaft, dass Bildern schon immer eine zentrale Bedeutung im Rahmen der Meinungsbildung zukam. Im Hintergrund steht dabei immer die Vorstellung, dass sich in dem Bezeichneten die Natur des Offenbaren spiegelt. Zeichensetzung ist demnach nie beliebig, sondern immer ontologisch. Es wurde bzw. wird vermutet, dass das Subjekt dem Bild (-objekt) einen Komplex von Bedeutungen zuordnet.

Hintergrund dieser Überlegung ist die Kenntnis, dass das menschliche Bewusstsein als ein Prozess der symbolischen Transformation psychophysischer Impulse zu angesehen werden kann (1). Wichtiger als die Sinneserfahrung ist die Bedeutung, die der beobachtete Gegenstand bzw. das Ereignis in der Wahrnehmung erhält. Ein Abbild deutet nicht nur auf ein konkret erfahrbares Objekt (Zeichen), sondern kann immer auch eine Botschaft mit symbolischen Bezügen enthalten. Das Symbol hat somit neben seiner Mitteilungs- insbesondere eine Bedeutungsfunktion. Symbole dienen dazu, das Unsichtbare als Anschauliches begreiflich zu machen.

Ein Nike-Turnschuh ist ein Schuh, der in der Regel beim Sport oder als Kleidungsstück im Jugendalltag Verwendung findet. Zum Symbol wird er, wenn Joschka Fischer den Schuh bei seinem ersten Amtseid als Minister der hessischen Landesregierung trägt. Der Nährboden der Symbole entsteht sowohl aus dem Reservoir des archetypischen, stammesgeschichtlich erworbenen Zeichenvorrats, als auch im Kontext individueller und soziokulturell erzeugter Zuschreibungen.

Im Verlauf des Textes möchte ich beispielhaft zeigen, wie sich die Politik des symbolischen Zeichenvorrates bedient bzw. aus Zeichen Symbole macht.

Die Folgen des Fernsehduells zwischen Kennedy und Nixon

Die Indienstnahme des Mediums Fernsehen als Instrument symbolischer Politik beginnt im Jahre 1960. Ab diesem Zeitpunkt erlangte das Fernsehen für Politiker eine herausragende Bedeutung. Als Stunde Null gilt die Fernsehdebatte zwischen John F. Kennedy und Richard Nixon. Ohne die Fernsehdebatte hätte Kennedy die Wahl auf keinen Fall gewonnen. Nixon verlor 1960 wegen des Eindrucks den auf dem Bildschirm bot. Kennedys Berater setzten durch, dass im Stehen diskutiert wurde. Nixon war gerade wegen seines kranken Beines im Hospital gewesen und das Stehen auf

dem kranken Bein zwang ihn sein Gewicht zu verlagern. Dies schien Unruhe und Unsicherheit zu signalisieren. Dem gegenüber wirkte Kennedy gelassener. Während die meisten Menschen, die die Debatte im Fernsehen gesehen hatten, glaubten, dass Kennedy den besseren Eindruck hinterlassen habe, glaubten diejenigen, die die Debatte im Radio gehört hatten, dass Nixon bei dem Rededuell den Sieg errungen habe. Da die Mehrzahl derjenigen, die das Duell verfolgten, das Fernsehen nutzten, gewann Kennedy die Wahl. Die Ergebnisse dieses Duells zeigten, dass im Fernsehen nicht entscheidend ist was man sagt, sondern wie man es sagt. Die Erscheinung, die man bietet, erhält die Priorität.

Kennedys Wahlkampfesfolg stand damals jedem Wahlkampfkandidaten vor Augen. Bruder Robert fiel es leicht ihn zu übernehmen. Der Kennedystil entstand und in dessen Folge gehörten Ende der Sechziger Jahre Imagemacher zur amerikanischen Politik. Typisch für die damalige Zeit waren energische Spaziergänge am Strand, die kamerawirksam und imagefördernd inszeniert wurden. In der Regel fanden sie exakt zu einem Zeitpunkt statt, dass sie zeitgleich in der Tagesschau gezeigt werden konnten. Sehr wichtig waren schwungvolle Bewegungen, die Energie andeuten sollten, dazu Dynamik und Charisma. Insbesondere war der Eindruck von Jugend wichtig. Kein Kandidat konnte es sich erlauben nicht am Strand zu laufen, wenn ein Bewerber dies publikumswirksam getan hatte. Gleichwohl konnten die Zuschauer Unterschiede in der Erscheinung beobachten. Hubert Humphrey ging langsamer und behäbiger, Richard Nixon spazierte dicht am Wasser entlang, zog aber Schuhe und Krawatte nicht aus. Der republikanische Gang war konservativer und weniger nass.

England kopierte in den 70er Jahren das US-System. Bei den Wahlen von 1974 stellte das Image von Edward Heath eine Gefahr für die Labour-Partei dar. Harold Wilsons Konkurrent Heath hatte ein cleveres Image. Er wurde zu dieser Zeit als jovialer, stets gebräunter rundlicher Händler mit perfekten Zähnen und mit einem gewaltigen Lachen präsentiert. Dem gegenüber wurde Wilson von Karikaturisten als tückischer Gartenzwerg mit Yorkshire-Akzent mit Tabakzähnen und Pfeife dargestellt. Wilson hatte die US-Wahlen gesehen und richtig erkannt, wie das mit Kennedy gelaufen war. Er begriff wie wichtig das Image ist. Man holte den Filmregisseur David Ricketts, um Wilsons Image aufzubessern. Als erstes erhielt er sechs gleich aussehende neue Anzüge, Hemden und Krawatten. Wenn er aus dem Wagen stieg, erschien er immer im makellos. Ein Film-Kosmetiker hielt ihn immer unter Make-up. Es sah so aus, als ob er immer glatt und unzerknittert reist. Wir verkauften, so Ricketts im O-Ton, so etwas wie einen Präsidenten. Wenn er eine Halle betrat, verfolgten ihn immer zwei Scheinwerfer und es dröhnte der Wahlkampfsong „Ich bin verrückt nach Harry“ aus den Lautsprechern. Die Spotlights blitzten genau wie bei den amerikanischen Wahlkonventen, wenn der Präsident erscheint.

Als Margaret Thatcher 1975 Parteivorsitzende wurde, engagierten die Konservativen einen ehemaligen Unterhaltungsproduzenten, um ihr Image zu ändern. Ihre Haarfrisur wurde geändert und sie erhielt Sprechunterricht. Ihre Stimmlage wurde um eine Oktave gesenkt. In ihre Reden wurden optische Gags eingebaut. So hielt sie z.B. bei einer Rede eine Pfundnote, die sie als ganzes „konservatives“ Pfund bezeichnete in die Höhe und sagte: „Das bekommen Sie für ein Pfund von der Tory-Regierung“. Danach zerschnitt sie das Pfund in zwei Hälften, hielt eine Hälfte in die Höhe und sagte: „Das bekommen sie für ein Pfund von der Labour-Regierung“. Bei einer anderen Rede hielt sie ein volles Netz mit Lebensmitteln in Ihrer rechten Hand und ein nur ein Drittel gefülltes Netz mit Lebensmitteln in der linken Hand und sagte: „Das können Sie unter einer Tory-Regierung für ein Pfund kaufen“. Dabei hob sie das volle Netz in die Höhe. Anschließend zeigte sie das Netz mit den geringeren Lebensmitteln mit den Worten: „Das können Sie für ein Pfund bei einer Labour-Regierung kaufen“.

Spätestens zu diesem Zeitpunkt war auch in Europa die Botschaft angekommen, das Produkt „Politik“ mit einem Markenimage zu versehen. Die Partei ist das Produkt und der Führer liefert das Image. Dem Fernsehen wiederum wurde die Aufgabe zuteil, das Image an die Wähler weiterzuvermitteln. In Deutschland dauerte es noch Jahre bis diese symbolische Produktproduktion zum Alltag gehörte. Wie ich am Schluss meines Beitrags zeigen werde, hat die

deutsche Politik inzwischen „aufgeschlossen“. Mit dem Fernsehduell zwischen Schröder und Stoiber befindet sich die bundesrepublikanische Politik im globalen Trend.

Die direkten Reaktionen nach dem Duell belegen allerdings, dass die Bewertung der Duellanten ganz unterschiedlich ausfallen kann. Ungeachtet vom wirklichen Sachverhalt, deuten die Zuschauer die Vorgehensweise aufgrund ihres eigenen Selbstverständnisses. Das Fernsehen verstärkt die Meinungen die die Menschen haben. Das Fernsehen bildet ihnen zusätzliche Argumente weiterhin an das zu glauben, was sie immer schon glauben. Auswirkungen können diese symbolischen Formen der Politik nur bei den Zuschauern haben, die noch keine festgelegte Position haben. Neunzehn Prozent äußerten bei einer Befragung, dass das Duell auf ihre Wahl Auswirkungen habe. Selbst wenn es nur fünf Prozent wären, könnte dies, wie seinerzeit in den USA (Kennedy-Nixon) bedeutungsvoll für die Kandidaten und deren Parteien sein. Interessant in diesem Zusammenhang ist, dass die ZEIT (22. August 02) ein in Körpersprache (Unschuldsgeste, Abwiegeln, Kopfneigen) und Rhetorik (Fehler einräumen, Schuldzuweisungen) unterteiltes Instrumentarium veröffentlichte, das mit hoher Wahrscheinlichkeit auch mit dekonstruktiver Absicht veröffentlicht wurde, aber gleichfalls auch als Beurteilungshilfe der Duellanten eingesetzt werden konnte. Ebenso bemerkenswert ist, dass ein Körperspracheexperte nach der Reflexion des zweiten Duells vom ZDF eingeladen wurde. Allein die Information, dass z.B. Edmund Stoiber von seinem Team in einer zweitägigen Klausur „vorbereitet“ wurde, gibt Hinweis über die Relevanz, die die Politiker dem Dargestellten geben. Erwähnenswert ist, dass Stoiber die wichtige Rolle des Trainings vor dem zweiten Duell negierte (2).

Die Immanenz von Symbolen am Beispiel von Afghanistan

Bevor ich zu einer kategoriellen Einschätzung der Nutzung von Symbolen und Mythen in der Politik komme, möchte ich die Aktualität des Themas am Beispiel von Fotos aus Afghanistan demonstrieren, die nach dem 11. September weltweit veröffentlicht wurden.

BARTHES (1964) hat in vielen seiner Arbeiten gezeigt, dass die Nutzung mythischer und symbolischer Dimensionen dazu führen kann, die eigentlichen Botschaften zu verschleiern. Träger der mythischen Aussage kann jede verbale oder visuelle Darstellungsform sein, wie z.B. der geschriebene Diskurs, der Sport, das Gemälde, das Plakat, der Ritus, die Werbung, der Film und die Fotografie. Für Barthes ist der Mythos ein Mitteilungssystem, eine Botschaft, eine Aussage, eine Sprache, „er ist eine Weise des Bedeutens, eine Form“ (BARTHES 1964, S. 85). Sein Verständnis über die Funktion und die Bedeutung von Mythen nähert sich dem Marxschen Begriff von Ideologie an. Der Mythos hat daher bei ihm die Funktion der Entpolitisierung. Ihre wesentliche Funktion enthüllt der Leser der Mythen. „Der Mythos ist weder eine Lüge noch ein Geständnis. Er ist eine Abwandlung“ (ebd., S. 112). Der Mythos existiert von dem Augenblick an, wenn der Betrachter das Gesehene als natürlich interpretiert. Für den Mythos-Leser vollzieht sich alles, als ob das Bild auf natürliche Weise den Begriff hervorruft. „Der Mythos wird als ein Faktensystem gelesen, während er doch nur ein semiologisches System darstellt“ (ebd., S. 115).

Verdeutlichen lässt sich diese These durch die Darstellung der afghanischen Frauen in den Medien. Nahezu immer wurden Fotos veröffentlicht, die die Frauen zwar mit Burkha zeigten, aber in Verbindung mit Objekten, die bei den Taliban verboten waren. So ist auf einem sehr markanten, ästhetisierten Foto ein rotes Kofferradio auf einem Schemel zu sehen. Im linken Bildfeld bewegt sich eine Frau mit Burkha und blauen Tüchern. Ihre Bewegungsunschärfe lässt den Eindruck erwecken, die Person bewegt sich (tanzt auf Musik). In dem Raum gibt es keine sonstigen Gegenstände. Das Bild wird von der vertikalen Linie einer Raumecke geteilt. Durch die Kamerahaltung (leicht Sicht von oben) bildet der Fußboden ein Dreieck nach oben. Durch diese Aufnahmetechnik entstehen drei Raumflächen. Die Frau steht in linken Bildfeld (Symbol für Vergangenheit). Das Radio ist im rechten Bildfeld positioniert (Symbol für die Zukunft). Der Schemel als auch die Frau stehen auf dem Fußboden, dessen Spitze nach oben gerichtet ist. Ohne Zweifel handelt es sich um eine intentionale Aufnahme. Sie suggeriert inhaltlich als auch symbolisch die Chance der Frau auf Veränderung und damit möglicherweise ihre ‚Befreiung‘.

Entgegen der Suggestion auf dem Foto hat sich in Wirklichkeit die Lage der Frauen nur unwesentlich geändert. Sie dürfen zwar Radio hören, aber weiterhin unterliegen sie der Scharia und werden gegenüber den Männern benachteiligt. L†DERS (2002) hält die vorherrschende Auffassung, die Frauen seien nunmehr „befreit“ und sähen einer glänzenden Zukunft entgegen für absurd. Er macht darauf aufmerksam, dass paschtunisches Stammesdenken seit Jahrhunderten die Frauen aus der Öffentlichkeit verbannt und sie unter einen Ganzkörperschleier verbannt. Wie zuvor bei den Taliban werden die afghanischen Frauen weiterhin entrechtet inklusive Zwangsheirat und Steinigung von Ehebrecherinnen (3).

Der amerikanischen Regierung geht es vorwiegend um die Nutzung der gesellschaftlichen Funktion des Mythos für ihre Interessen. Da Kollateralschäden zu befürchten waren und damit zu erwarten war, dass Unschuldige zu Schaden kommen würden, dies sowohl in Afghanistan aber auch in den USA oder in Europa (Antwort der Attentäter auf den Rückschlag), nutzten die amerikanische Regierung und die mit Ihnen Verbündeten den öffentlichen Bildraum zu einer virtuellen Mobilmachung.

In einigen Entwicklungsländern gab und gibt es latente Sympathien für die Attentäter (4). Sie nahmen vor allem zur Kenntnis, dass die omnipotente Großmacht USA von einer kleineren Macht gedemütigt wurde. In dem Vorfall des 11. September ist auch die Symbolik von David und Goliath gebunden. Die Sympathie liegt bei derartigen Konflikten oft auf Seite des Schwachen. Gegenüber dem mythischen Denken versagen in der Regel rationale oder kognitive Argumente. Das wissen auch die Amerikaner. Daher tauchten in der Presse gesteuert oder auch ungesteuert Bilder auf, die maßgeblich die Meinung der Öffentlichkeit beeinflussen sollte.

Eines der ersten Bilder, das nach der Befreiung Kabuls in der westlichen Presse veröffentlicht wurde, war der Ansturm auf ein Kino. Zu sehen ist ein überdachter Hauseingang. Hunderte von Menschen versuchen Einlass zu bekommen und drängen in den Vorraum des Hauses. Am Eingang stehen vier Männer, die gelassen auf die anstürmenden Massen blicken. Ein fünfter Mann richtet seine Körperhaltung ebenfalls hin auf die Masse. Er trägt um den Hals ein schalartiges Kleidungsstück, dessen anderes Ende einer Person als Seil dient, um sich zu dem Mann vorzukämpfen. Einer der Kinogänger versucht mittels einer Kletterpartie entlang der Hauswand noch Einlass zu bekommen. Das Bild symbolisiert zum ersten einmal Freiheit. Die Afghanen dürfen nach der Zwangsherrschaft der Taliban und deren Kino-Verbot, wieder öffentlich Filme anschauen. Während die gleiche Szene in einem anderen Zusammenhang möglicherweise den Eindruck von Ungeordnetheit, Chaos und gefährlicher Bedrängnis ausgelöst hätte, dient dieses Motiv nunmehr für Bedarf der Afghanen nach Freiheit zum Konsum von Kinofilmen.

Ein weiteres Motiv wurde häufig publiziert. Es zeigt aus der Vogelperspektive einen Hahnenkampf, der ebenfalls bei den Taliban verboten war. Wie schon bei dem Kinobeispiel dokumentiert das Bild die neu gewonnene Freiheit. Wiederum dient ein Motiv, das allerdings auch negative Konnotationen enthält (schauriges Tiergemetzel), zur Darstellung von Freiheit. Da aber die Gefahr besteht, dass die Europäer dieses Motiv möglicherweise irritiert, wurde mit der Vogelperspektive eine Sichtweise gewählt, die die zu sehenden Bildobjekte verniedlicht. Zu sehen ist eine im Kreis stehende Menschengruppe. Im Inneren des Kreises sitzen sich zwei Männer gegenüber und feuern zwei Kampfhähne an, die in der Startaufstellung stehen. Das fotografische Arrangement mildert die Wirkung des Motivs. Die Kreisfläche steht für Unendlichkeit und Geschlossenheit. Sie dient zur Darstellung von Ruhe, Kontemplation und ethnozentrischer Geborgenheit. Durch die Bildgestaltung wird somit der Wirkung des Motivs entgegengesteuert.

Die Antwort der Gegenseite ließ nicht lange auf sich warten. Eines der ersten Bildmotive, das aus Pakistan den Westen erreicht hat, waren Bilder auf denen Puppen, die George Bush darstellen sollen, verbrannt wurden. Meist waren im Hintergrund Menschenmassen zu sehen. Im Krieg der Bilder dient auch dieses Foto zur Beeinflussung der Massen. Bei den Personen, die die Puppe verbrennen, wird Bild und Abgebildetes als wesensgleich wahrgenommen. Der Puppe wird, wie auch der Natur und den Naturkräften, eine Seele (anima) zugesprochen. Vermutet wird der

Eindruck von Einheit von Bild und Wesen. Der Puppe zu schaden, so die Hoffnung, führt auch zu einer Beeinträchtigung der sie darstellenden Person. In dem Bild wird an diese enge Beziehung zwischen Bild und Abbild appelliert.

Aus den gleichen Motiven wurde vermutlich das Foto eines patriarchalisch aussehender Mann mit weißem Bart und Turban veröffentlicht. In seiner rechten Faust, die zentrisch im äußersten Bildfeld positioniert ist, hält er ein Krummschwert, das schräg zum rechten oberen Bildrand gerichtet ist und damit dem Bild einen zusätzlichen Rahmen gibt. Es handelt sich um einen Ausschnitt von einer Demonstration. Im Hintergrund sind weitere erregte Personen zu sehen. Fäuste und Hände sind in die Luft gerichtet. Ein Mann hat seinen Arm auf die Schulter des Schwertkämpfers gelegt. Die perfekte Bildkonstruktion lässt auf eine Inszenierung der Aufnahme schließen. So berührt eine offene Handfläche die untere Kante des Krummschwertes. Die Hand ist eingerahmt von zwei zur Faust gebildeten Händen. Mit dem Foto soll die Kampfbereitschaft gezeigt und die Motivation der Gegner von Bush gestärkt werden.

Alle Beispiele zeigen wie im Sinne von BARTHES „das Gemachte“, das Inszenierte von Bildern und Symbolen verschleiert wird. Symbolische und mythische Botschaften können aber auch eine positive Kraft ausdrücken. Mit dieser Möglichkeit hat sich CAMPBELL (1992, S. 24) beschäftigt. Er stellt die Frage, warum wir auf mythische Botschaften reagieren. Nach seiner Auffassung können Mythologien als Steuerungssysteme verstanden werden, die die Gemeinschaft mit einer intuitiv erlebten Naturordnung in Übereinstimmung bringen, mit deren Hilfe und symbolischer und erzieherischer Rituale die einzelnen durch die Stufen der psychophysischen Wandlung geführt werden. Der Mythos hat nach seiner Auffassung mehrere Dimensionen. Der kosmologischen Funktion geht es um die Frage, welche Gestalt das Universum hat. Der mythischen Funktion geht es um die Erkenntnis, was für ein Wunder die Welt und jeder einzelne ist. Der gesellschaftlichen Funktion geht es um das Stützen und Bestätigen einer bestimmten Gesellschaftsordnung. Der pädagogischen Funktion geht es um die Möglichkeit, mit Hilfe der Mythen zu lernen, wie man ein menschliches Leben führt.

Ein Beispiel wie ein Symbol seine positive Dimension im Sinne CAMPBELLS entfalten kann ist der Kniefall Brandts in Warschau am 07.12.1970. Nach Auffassung der Zeitzeugen war dies nicht inszeniert und damit im Verständnis von MEYER symbolische Politik (1992), sondern eine intuitive Geste, die damals wie heute eine tiefreifende authentische symbolische Geste bedeutete. Mehr als in tausend Worten zu beschreiben (Goethe) versinnbildlichte dieses Bild (Symbol) die tiefe Erschütterung Brandts (als Vertreter der Deutschen) in Erinnerung an die Schreckenstaten der Nationalsozialisten in Polen.

Der 11. September als Symbol

Bevor ich die Symbolik in der deutschen Politik näher untersuche, möchte ich angesichts der Aktualität und der im ersten Moment kaum nachvollziehbaren Tat mich mit dem 11. September auseinandersetzen. Im Rückblick ist es kaum glaubhaft, dass die Macher des Films Collateral Damage noch nichts davon wussten, was in New York und Washington geschah. Der Film Collateral Damage könnte ein Indiz dafür sein, dass wir bewusst und unbewusst seit langem mit Taten wie sie am 11. September geschahen, gerechnet haben. Für diese These gibt es weitere Indizien. Spontan hat ein ausgebildeter Arzt und Pilot der Hapag-Lloyd Executive nach dem Einschlag des ersten Flugzeuges ins World Trade Center gesagt „Daran habe ich auch schon mal gedacht“ (FR, 14.02.02.). Daraufhin wurde dem Mann fristlos gekündigt. Wie sein Anwalt mitteilte, habe der Pilot, als er vor vielen Jahren eine schwierige persönliche Situation erlebt habe, an einen Selbstmord mit dem Flugzeug gedacht. Während dieser Pilot nur daran gedacht hatte, ist ein anderer Pilot vermutlich aus den gleichen Beweggründen mit seinem Kleinflugzeug in Mailand am 18. April 2002 in das Pirelli-Hochhaus geflogen.

Eine Woche (!) vor dem Attentat war ein Werbespot gedreht worden, der dann aber nicht ausgestrahlt wurde, bei dem ein Flugzeug durch das World Trade Center fliegt. Offensichtlich

lösen einzeln stehende Hochhäuser eine magische Wirkung nach Zerstörung aus. „Die Twin Towers lohnten der Mühe, zerstört zu werden - das lässt sich nicht von vielen architektonischen Werken sagen. Nur die namhaftesten Werke sind dessen würdig, da die Zerstörung eine Ehre ist“ (BAURDILLARD 2002). Während BAURDILLARD die Außergewöhnlichkeit der „monströsen“ Türme als Motiv hervorhebt, sieht GLUCKSMANN (2002) im Handeln der Attentäter „nur“ die spirituell aufgeladene Lust an der Zerstörung (zitiert in: LUKSCHEITER 2002). Er sieht das Prinzip der Selbstermächtigung entsprechend dem Slogan „Ich töte, also bin ich“ und dahinter den Traum der Nihilisten, die Herrschaft des Chaos zu etablieren.

Möglicherweise ist eine Erklärung zu wenig, um sich dieser „monströsen“ Tat anzunähern. In der Tat lässt sich die große Erschütterung, die das Attentat ausgelöst hat, auf multioptionale symbolische Kontexte zurückführen. Der Turmbau zu Babel gilt in der jüdisch-christlichen Tradition als Symbol für die Hybris der Babylonier durch den Bau eines Gebäudes Gott immer näher zu kommen. Er ist Ausdruck des Hochmuts und der Anmaßung gegenüber Gott. Auf Hybris folgt nach der Parabel vom Turmbau zu Babel eine Bestrafung. Die Twin Towers waren seinerzeit die höchsten Gebäude der Welt. Sie kamen in Analogie zu dem Mythos den Göttern am nächsten. Die Zerstörung dieser Gebäude kann daher (bei den jüdisch-christlich Sozialisierten) auch Bezüge zum Babylon-Mythos auslösen. Die göttliche Bestrafung vollstreckt durch die Attentäter.

Die Türme symbolisieren durch die phallische Form, vor allem auch Männlichkeit. Die patriarchalische Denkweise wird u.a. insbesondere durch den phallischen Strahl versinnbildlicht. Die Türme repräsentierten finanzielle und wirtschaftliche Potenz. Der Einsturz der Türme entspricht einer symbolischen Kastration. Im Vergleich dazu hat das Attentat in Washington weit weniger Aufsehen erregt. Einerseits gab es keine vergleichbar spektakuläre Bilder, andererseits ist das Pentagon im Vergleich zu den Twin-Towers nicht in die Höhe, sondern in die Fläche gebaut und enthält in seinem Grundriss runde Formen. Seine Ästhetik entspricht eher einer weiblichen Ästhetik. Der spezifische Schmerz bei dem Twin-Tower-Attentat wird verstärkt durch den Anschlag auf das Symbol des Männlichen.

Die Attentate galten aber nicht nur einer bestimmten Architektur. Die Türme waren Symbol westlicher Werte. Das Attentat ist somit auch als Symbol antikapitalistischen Widerstands gegen ökonomische Ausbeutung und imperialistische Unterdrückung zu werten. Symbolisch sollte ein neuralgisches Zentrum der globalen Weltordnung getroffen werden. Der Kollaps eines scheinbar unangreifbaren Machtsymbol hinterlässt daher Verwirrung.

Eine weitere Erklärungsform für die spezifische Irritation sehe ich in dem Pearl Harbor-Schock. Wie damals der Angriff der Japaner, traf das Attentat die Amerikaner unvorbereitet. Mit dem Angriff auf die Türme wurde das bisherige Gefühl der personalen Sicherheit als Fiktion entlarvt. Die bisherige Strategie der Exterritorialisierung von Konflikten wurde durch das unangekündigte Erklären der zivilen Nervenzellen zum Schlachtfeld ausgelöscht.

Die zunehmende Entwertung diesseitiger Fragestellungen durch die säkularisierte Weltsicht der westlichen Welt bei der das diesseitige Leben in der Regel eine höhere Bedeutung erhält als das jenseitige Leben, stellen die Terroristen durch ihren Selbstmord in Frage. Die geheime Botschaft und implizite Strategie der Tat ist daher für BAUDRILLARD (2002) „der unmögliche Tausch des Todes, die Herausforderung an das System durch die symbolische Gabe des Todes“. Ein hohes Maß an Unverständnis hinterlässt, dass sich die Täter der Techniken des Systems bedienen, das sie bekämpfen, ohne deren Werte sich anzueignen. Der Schock des Schläfer-Syndroms steckt tief. Die Meisterschaft der Camouflage hinterlässt ebenso wie die Tat selbst mangelnde Nachvollziehbarkeit.

Der Schock der westlichen Welt sitzt auch deswegen so tief, weil sich die Attentäter bewusst selbst geopfert haben. Die Attentäter fallen nicht unter das Klischee des religiösen, fanatischen und ungebildeten Selbstmordattentäters (5). Sie nahmen den Tod auf sich, um der Weltmacht USA die Grenzen ihrer irdischen Macht vor Augen zu führen. Auf gleichen Wurzeln basiert das Christentum, das in seinen Anfängen und in seiner spirituellen Substanz eine Opferreligion ist. Es

sollte nicht vergessen werden, dass die Furchtlosigkeit und Opferbereitschaft der christlichen Martyrer seinerzeit das römische Imperium erschüttert haben. Die an metaphysische Zukunft glaubenden Martyrer brachten mit ihrer unbezwingbaren Willensmacht die Cäsaren dazu, deren Religion anzunehmen. SCHNEIDER (2002) weist daher zu Recht auf die Notwendigkeit hin, dass die Amerikaner und in deren Gefolge die Europäer, die religiöse Dimension der Opfertaten verkennen.

Nicht vernachlässigt werden darf das außerordentliche Spektakel, und die damit verbundene spektakuläre Dramaturgie und Ästhetik, die das Ereignis auslöste. STOCKHAUSEN wertet die Attacke auf die Twin Towers als „absolutes Kunstwerk“ und BAUDRILLARD spricht von der „ultimativen Performance“. Der Einbruch des Todes auf dem Bildschirm glich einer theatralen Inszenierung. Kaum je zuvor verwischten sich so eindringlich wie nach den Einschlägen die Grenzen zwischen dem realen und dem ästhetischen Raum.

Die Aktivierung des Schemas ‚Gut‘

In einer sehr frühen Phase entstand das Feindbild von Bin Laden und den Taliban. Die oben beschriebenen Fotos (Kino, Hahnenkampf, Radio) dienten der psychologischen Vorbereitung des militärischen Gegenschlags. Eine zweite Strategie war die Personalisierung des Konflikts. Die Amerikaner produzierten Bildwelten, die bei den RezipientInnen den Eindruck eines archaischen Konfliktes zwischen Bush (gut - Abel) und Bin Laden (schlecht - Kain) erwecken sollten.

Bei den von ihnen produzierten Bildwelten ist ebenfalls ein vermuteter Zusammenhang zwischen Bild und Abbild zu erkennen. Ihr Bildverständnis geht von der Immanenzthese aus, der Überzeugung, dass zwischen medialen Abbildern und den sie darstellenden Dingen und Objekten eine unmittelbare Beziehung besteht. Das Original und die Nachahmung entsprechen zwar nicht der gleichen Substanz (Bild = Wesen). Die Nachahmung verhält sich wie ein Schatten zum Original. Das Bild hat jedoch Anteil am Wesen, entspricht aber nicht seinem Wesen (Doelker 1991). Nunmehr wird in dem Bild eine Spur des Wesens gesehen. Das Bild verknüpft die Einheit der sinnlichen Erscheinung mit der theoretischen Wesensbestimmung. Es bezieht sich damit auf die Wirkungskraft des Abgebildeten, drückt jedoch nicht die substantielle Einheit der sinnlichen Erscheinung aus.

Ausgehend von diesem Verständnis wird es nachvollziehbar, weshalb Bush Rhetorik und Bildmetaphorik ethisch und religiös aufgeladen ist. Ganz in der Tradition der Personalisierung und der Mythisierung initiierte die amerikanische Regierung, personifiziert durch Bush, den Kampf gegen das Böse. „Wer nicht für uns ist, ist gegen uns“. Mit dieser Formulierung wurde die Inszenierung des Konflikts zu einem mythischen Kampf unübersehbar (6).

Bushs Beratern war offensichtlich nicht entgangen, dass das Konterfei von Bin Laden, ästhetisch gesehen, erheblich eindrucksvoller wirkt als sein eigenes. Bin Laden wirkt auf vielen Fotos wie ein ehrwürdiger Patriarch. Selbst die auf einigen Fotos aus seinen Kleidern herauschauende Kalaschnikow lässt auf Anhieb das hohe Maß an Bereitschaft zur Gewalt nicht erkennen. Dem gegenüber wirkt Bush wie ein gealterter Pennäler.

Diese mutmaßliche Erkenntnis führte zu einer bewussteren Kontrolle der Bilder, die von Bush offiziell verbreitet wurden. Zwei typische Inszenierungsmuster möchte ich an dieser Stelle decodieren. Bei der ersten Inszenierungsform soll das „Erleuchtet sein“ hervorgehoben werden (Heilige), bei der zweiten Inszenierungsform geht es um die Präsentation von Bush als Vater der Nation und damit die Heraushebung der Familie als Zelle des Staates.

Bei meinem Belegfoto für die erste Inszenierungsform sitzt Präsident Bush hinter seinem Schreibtisch. Er liest gedankenversunken in einem Schriftstück. Mit der linken Hand hat er das Schriftstück angehoben, die rechte Hand ruht auf der Tischplatte. In seinen Fingern, leicht verdeckt durch das Blatt, ist ein Stift erkennbar. Der narrative Text teilt uns mit, Präsident Bush ist

bei der Arbeit. Interessant ist das Arrangement und die Lichtführung. Bush sitzt vor einem Fenster. Die linke Kopfhälfte tangiert den rechten Rahmen des Fensters. Hinter dem Fenster ist ein üppiger Laubbaum zu sehen. Das Licht kommt von oben links, wie dies an der Schattenbildung des rechten Vorhangs zu erkennen ist. Aus der linken Hand scheint ein Lichtschein zu kommen, der die Schriftstücke unterhalb der Hand erstrahlt. In der Brille von Bush bricht sich Licht, so dass auch die Brillengläser erleuchtet scheinen. So entstehen drei signifikante Lichtführungen.

In der christlichen Kultur steht Licht vor allem für das nicht darstellbare Göttliche und Heilige, für die Erkenntnis der Wahrheit, des wahren Gottes. In der heutigen Zeit, so insbesondere in der Popkultur, aber auch in der Politik, wird Licht als Symbol für Erkenntnis und Erleuchtung allgemein eingesetzt. Der Licht-Subtext lädt die Person Bush mit Erleuchtung auf und suggeriert, dass es in der Lage ist aus den Kenntnissen der Schriften 'wahr' zu handeln und urteilen. Das Hintergrundlicht, das sich durch die Natur (Baum) bricht, könnte das Licht Gottes sein. Es erleuchtet die obere Rückenpartie von Bush. Die Erleuchtung der Brille ist ein Hinweis für die (über-)rationale Fähigkeit des Präsidenten, angemessene Entscheidungen zu fällen. Das Licht auf der Hand zeigt seine erleuchtete Handlungskompetenz. Die Dreieinigkeit von göttlicher, kognitiver und handlungsorientierte Kompetenz ist, dramaturgisch gesehen, an die christliche Trinität angelehnt. Links neben dem Schreibtisch ist die amerikanische Fahne drapiert. Sie repräsentiert das amerikanische Volk. Das amerikanische Volk steht somit hinter ihm. Nicht zufälligerweise steht bzw. hängt die Fahne links. Durch die Positionierung der Fahne im linken Bildfeld rückt der Kopf von Bush raus von der Mitte hin in eine Position, die in der Kunst Goldener Schnitt genannt wird. Dem Goldenen Schnitt (Verhältnis 3:5 oder 5:8) wird als Maßverhältnis universelle Bedeutung zugeschrieben, da er nicht nur in der Kultur, sondern auch in der Natur häufig vorkommt und seit Gedenken als Symbol für Harmonie Verwendung findet.

Das Prinzip der intentional mit Symbolen aufgeladen Bildern ist auch bei dem zweiten Beispiel zu erkennen. Nunmehr sitzt Bush in einem Sessel, aber wiederum vor einem Fenster und der links positionierten amerikanischen Fahne. Im Hintergrund ist eine Landschaft mit Horizont zu sehen. Er lächelt etwas und blickt in die Kamera, seine Hände sind gefaltet. Er sieht aus wie ein seriöser Familienvater. Dieser Eindruck wird verstärkt durch ein Foto in einem Bildrahmen, das, wenn ich es richtig erkenne, ihn mit seiner Frau zeigt. Dem Betrachter sitzt ein entspannter Familienvater gegenüber.

Die Aktivierung des Schemas ‚Böse‘

Parallel zu der Aufwertung von Bush ist eine visuelle Demontage von Bin Laden festzustellen. Zuerst wurde der Archetyp des Patriarchenbonus zerstört. Bin Laden wurde seines Bartes und seines Turbans entledigt und in westliche Kleider gesteckt. Auf einem Bild ist er mit einem schwarzen Anzug, weißen Hemd sowie Fliege gekleidet und trägt eine Nickelbrille. Er hat einen Zwei-Tage-Bart und sein Haar ist hellbraun und leicht melliert. Auf dem zweiten Bild trägt er wiederum einen Anzug, darunter ein gelbes Hemd mit goldfarbener Krawatte. Sein dunkelbrauner Hut mit schwarzer Schärpe, die Kotelletten und der Oberlippenbart lässt eine südländische Person vermuten. Beim dritten Bild hat er nur noch ganz wenige Haare auf dem Kopf, einen Zwei-Tage-Bart und ist gekleidet mit einem Freizeithemd. Alle drei Bildbeispiele vermitteln, uns steht ein ganz normaler Bürger gegenüber. Genau diesen Eindruck sollen die Fotos erwecken. Es soll vermutlich das „Schläfer-Syndrom“ bei den RezipientInnen ausgelöst werden. Ein normaler Menschen als Jagdziel ist glaubwürdiger, als die Jagd auf einen ehrwürdig aussehenden „Gotteskämpfer“.

Bei meinen Recherchen bin ich auf eine Gegenüberstellung gestoßen (MAX), die einen weiteren Hinweis gibt auf die Aktivierung des Schemas ‚Böse‘ bei Bin Laden. Bush ist im Halbprofil zu sehen. Er blickt nach rechts. Sein Profil ist von seitlich vorne rechts und von hinten angestrahlt, so dass es im Profil gut durchleuchtet ist und zusätzlich eine Licht-Korona enthält. Die Lichtgestalt, die Repräsentation des Guten, blickt auf Bin Laden, die Repräsentation des Bösen. Laden wird frontal gezeigt. Sein Bild ist mit einem roten Filter unterlegt. Die rote Farbe soll die Assoziation Teufel auslösen. Das göttliche Licht wird gegen das teuflische Feuer inszeniert. Gut und Böse begegnen sich.

In Mexiko bietet ein Händler im Internet Gesichtsmasken von beiden Protagonisten an. Deutlich ist in den Masken eine Glorifizierung von Bush und in der Maske von Bin Laden der Versuch einer „Verteufelung“ zu erkennen. Eine weitere Variante tauchte zum ersten Mal in Bangladesh auf und verbreitet sich in Windeseile durch das Internet und die Printpresse. Der „schreckliche Bert“ von der Sesamstraße wird direkt neben Bin Laden gezeigt. Bert hat im Netz bereits Berühmtheit erlangt als ständige Begleitperson an der Seite berüchtigter Verbrecher. Mit dieser Montage wird Bin Laden als Verbrecher geoutet.

Die Ebene der Dekonstruktion

Ein surrealistisches Motiv liegt vor, wenn ein Teletubby mit dem Gesicht von Bin Laden und umhängender Kalaschnikov als Tali-Tubby bezeichnet wird (7). Damit kommen wir zu einer weiteren Variante im Krieg der Bilder, der Dekonstruktion der Konfliktpartner. Trotz gemeinsamer Formen, darauf weist DANTO (1994) hin, können Darstellungen Eigenschaften haben, die sie nicht mit den Tatsachen oder Dingen, die sie abbilden, teilen. Der Mensch wird als Beteiligter bei der Interpretation von Bildern angesehen. Das Bild kann die Funktion des Zeichens erhalten. Das Abgebildete (denotative Bedeutung) kann sich von der konnotativen Bedeutung lösen. Das Symbol wird zum Zeichen, d.h. es besteht nur noch ein imitativer Zusammenhang.

Für diese Ebene des Bildes habe ich ebenfalls Belegstücke gefunden. Der Fotograf Dimitrij Bulnygin schuf einen Bilderzyklus mit dem Titel „Blaue Nasen“, die Darstellung von virtuellen Künstlergruppen. Eine Gruppe, die aus drei mit Badehosen und Strümpfen bekleideten Personen besteht, ist für unsere Fragestellung von großem Interesse. Die Proportionen der Köpfe sind größer als die der Körper. Somit ist die Montage sofort erkennbar. Bush liegt auf einer Couch, seine linke Hand greift in die Badehose, sein linkes Bein ist angewickelt, sein rechtes Bein ist ausgestreckt. Knapp unter dem Kniegelenk beginnt eine Gipsmanschette, die bis zu den Füßen reicht. Im rechten Bildrand stehen Krücken. Rechts oberhalb von ihm, auf der Couchkante, liegt Bin Laden. Mit einer Hand fasst er sich ans Knie, mit der anderen Hand umfasst er die Beine des neben ihm auf gleicher Höhe liegenden Putin. Bin Ladens Kopf ist der höchste der Dreier-Gruppe. Bush ist verletzt. Der Konflikt wird auf eine satirische Ebene verlagert. Die Dekonstruktion der Konfliktpartner wird auf einer Internetseite noch zugespitzt. Bush liegt mit gespreizten Beinen nackt auf einem Bett. Hinter ihm kniet der ebenfalls nackte Bin Laden. Das gefälschte Foto erweckt den Eindruck als beabsichtige Bin Laden eine a-tergo-Geschlechtshandlung. Wie bereits bei dem vorher beschriebenen Bild wird Bin Laden der aktive Part zugeschrieben. Wiederum ist Bin Laden derjenige, der den Kopf oben hat.

Remythisierung

Nicht nur Schutt und Asche muss im Anschluss an Terror und Krieg beseitigt werden, sondern auch das kontaminierte politische Selbstverständnis. Schmerzhaft aber unwiderruflich schieben sich drängende Fragen nach dem Verhältnis zwischen Christen und Moslems nach vorne. Aber gleichfalls drängen sich Fragen nach dem Gehalt des Wertekanons säkularisierter Lebenswelten, nach Flüchtlingsele, Armut, sozialer Gerechtigkeit und nach Globalisierung in den Vordergrund. Ebenso muss die Frage erlaubt sein, ob für alles Übel auf der Welt allein der Westen verantwortlich zu machen ist. Wenn wir uns diesen Fragen nicht stellen und Antworten finden, wird Bushs „Achse gegen das Böse“ wenig erfolgreich sein und wir werden uns in Zukunft an Terroranschläge gewöhnen müssen.

Ob die von den Amerikanern und deren Verbündeten produzierten Bilder Wirkungen haben, lässt sich so ohne weiteres nicht sagen. GADAMER (1975, S. 132) geht von einer Nichtunterscheidbarkeit als einem Wesenszug aller Bilderfahrung aus. Das Abgebildete kann sich dem gemäß nie ganz vom Ursprungsbild lösen, trotz immer differenzierterem Bildbewusstsein, das sich von der magischen Realität zunehmend löst. Dies würde bedeuten, dass die inszenierten

Bilder Potentiale der Beeinflussung enthalten. Sie erschließen sich allerdings nicht zwangsläufig. Aufgrund biographischer oder kultureller Erfahrungen sind die RezipientInnen befähigt, eigene Entwürfe bei der Beurteilung von Bildern hinzuzufügen. Die jeweilige Wirklichkeit wird nicht unabhängig von den Betrachtern wahrgenommen, wie uns die kognitive Wahrnehmungspsychologie lehrt. Dies trifft zumindest auf der Ebene des Erkennens von intentional erkennbaren Botschaften zu.

Auf der Ebene unbewusster Wahrnehmungen lassen sich Beeinflussungen keineswegs ausschließen. Neben der Wahrnehmung des Bildes als Wesen, als Spur des Wesens und der Fähigkeit Bilder zu dekonstruieren, gibt es die Möglichkeit, der Remythisierung des Bildes, d.h. dass Bilder hinter dem Rücken der Betrachter ihr Bedeutungspotential entfalten. Wie sich unbewusste Botschaften hinter den veröffentlichten Bildern verstecken, möchte ich im folgenden anhand unterschiedlicher von der Politik genutzter Symbolgestalten veranschaulichen. Symbolgestalten in der Politik

Wie bereits am Beispiel Bush-Bin Laden gezeigt, richtet sich die Aufmerksamkeit in medial geprägten Gesellschaften Einzelpersonen zu. Nicht das politische Programm steht im Vordergrund, sondern die Befähigung, Sekundärtugenden wie Wille, Tugend, Tatkraft, Glaubwürdigkeit, Kraft des Makellosen, Durchsetzungsfähigkeit, Verantwortungsbewusstsein und Sympathie bildhaft zu verkörpern (MEYER 1992). Natürliche Personen werden als Verkörperungen von Eigenschaften, Kräften und Tugenden dargestellt. Durch die hohe Relevanz, die Sie haben, werden Sie auf Schritt und Tritt beobachtet und durch Imageproduzenten gelenkt. Wie ich von der Wiesbadener Agentur, den „Produzenten“ der Schröder-Wahlkämpfe von 1998, erfahren habe, wird sogar vorher diskutiert mit welchem Bein Schröder aus dem Auto tritt, wenn eine Kamera dies aufnimmt (8). Im Folgenden möchte ich einzelne Aspekte andeuten, wie und mit welchen Strategien in subtilsten Bereichen Image produziert wird.

Die Image-Produzenten orientieren sich vorwiegend an den Mustern, die in den Medien, in der Werbung und in der Unterhaltung Erfolg haben. Dies nicht von ungefähr, da die Imageberater nicht gerade zufällig aus diesen Sektoren kommen. Im wesentlichen geht es um die Erzielung von Aufmerksamkeit. Wenn Aufmerksamkeit ein knappes Gut ist und erst einmal unterstellt werden kann, dass der potentielle Rezipient mit Low-involvement reagiert (niedrige Ich-Beteiligung), bedarf es eines Zusatzes (added value), damit die eigene Botschaft aufgenommen wird. Dies wird erreicht durch

Aktivierung (Deaktivierung des Low-involvement-Verhaltens)
Konstruktion und/oder Nutzung von Ereignissen (partizipative Aneignung)
Erlebnisorientierung (Politainment)
Emotionalisierung (Ansprechen der Sinne)
Subjektivierung (Personalisierung)
Ästhetisierung (Perspektive, Raum, Licht)
Symbolisierung (multioptionale Aufladung)
Archetypisierung (Nutzung phylogenetische Codes)
Mythologisierung (added value)

Da die Wähler immer kompetenter werden, die Instrumentalität der Außendarstellung zu decodieren und weil inzwischen die großen Parteien ausnahmslos mit Image-Produzenten zusammen arbeiten, hat sich der Image-Produzent auf den 'produktiven' Wähler einzustellen. Immer raffinierter und komplexer werden die Methoden und Nutzungsformen bewusster und unbewusster Botschaften. Von allen Produzenten werden dieses Schema übergreifende Strategien zu nutzen. Wesentlich ist, dem Wähler mehrere Deutungsangebote (Multioptionalität) zu machen. Die zweite Strategie ist es, Zeitgeist-Elemente in den Vordergrund zu stellen und damit zielgruppenorientiert zu agieren (das werde ich am Beispiel einer Werbung der PDS ausführlich belegen). Wird diese Ebene genutzt wird sich von Beginn an nur auf ein Segment des Wählermarktes bezogen. Die dritte Ebene ist die Nutzung von Subtexten, d.h. von Botschaften die in der Regel bewusst nicht wahrgenommen werden.

Eine der beliebtesten Symbolgestalten, die Politiker einsetzen ist die sogenannte Adorantenhaltung. Spätestens seit dem Neolithikum hat diese Gebärde die Bedeutung einer Kommunikation zwischen dem Menschen und dem Göttlichen und zwischen dem Göttlichen und dem Menschen. Sie war und ist 'das Signal' eines religiösen Geschehens. In vielen Kulturen entspricht sie dem Gestus der 'erscheinenden' Gottheit, ebenso verkörpert sie die Haltung des Anbeters der Gottheit (Orant). Sie lässt sich als eine der zentralen religiösen Archetypen oder, wie DEMISCH (1984, S. 9) es formuliert als die „Ur-Gebärde des religiösen Lebens“ bezeichnen.

In Krisensituationen (z.B. Balkan-Krise) werden die Politiker mit gefalteten Stirnen, nachdenklichen Gesichtern, oft und meist unterstützt mit einer stützenden Hand im Gesicht gezeigt. Schröder gefällt sich zuweilen in der Pose des Denkers von Rodin. Oft wird er skulptural abgebildet. Möglicherweise soll die Erhabenheit seines Amtes bzw. das schwere Gewicht der Verantwortung, die er trägt, in den Bildern mittransportiert werden.

Am Beispiel von Fischers Darstellung seiner Hände lässt sich die Bedeutung des Bildes als Symbol sehr schön illustrieren. Betrachten wir eine Aufnahme in den 70er Jahren bei einer Parteiversammlung der Grünen. Seine Hände sind offen nach vorne gerichtet. In authentischer Weise beleben und visualisieren seine Hände seine damalige Haltung. Die Spontikultur ist in der Körperhaltung zu erkennen. Von Imageproduktion keine Spur. Ebenso gibt es in den Abbildungen von Fischers Sitzhaltungen im hessischen Landtag wenig Hinweis auf einen strategisch-symbolischen Einsatz der Hände. Ganz anders sieht das aus, wenn man sich Fotos von ihm als Außenminister der Bundesrepublik Deutschland anschaut. Nunmehr sind Fischers Hände geformt. Beispielhaft habe ich eine Aufnahme ausgesucht, bei dem er im Seitenprofil im dunklen Anzug mit gefalteten Händen zu sehen ist. Der religiöse Bezug ist unübersehbar. Seine Stirn ist gefaltet, seine Augenbrauen sind hochgezogen. Die Augen schauen über die Lesebrille. Der Eindruck der studierten Pose drängt sich auf.

Während Schröder sich mittels dicker Zigarre zuweilen im Patriarchen-Gestus gefällt den und damit die Signale an die Vertreter der patriarchalischen Kultur sendet, finden sich immer mehr Fotos in der Öffentlichkeit, in denen Fischer mit überkreuzten Beinen abgebildet wird. Marianna Wex hatte in ihrem Ende der 70er Jahre veröffentlichten Buch über weibliche und männliche Körpersprache diese Pose als die typische weibliche Sitzhaltung diagnostiziert. Somit werden von den beiden Repräsentanten der Regierung Codes an die unterschiedlichen Geschlechtsgruppen gesendet.

Wie komplex heute Symbolgestalten in Werbespots Verwendung finden, möchte ich beispielhaft an drei Beispielen zeigen, die anlässlich der Bundestagswahlen 1998 im Fernsehen gezeigt wurden.

Symbolgestalten in einem SPD-Spot

Bei dem Werbespot handelt es sich um ein Musterbeispiel personalisierter Politikdarstellung. Nicht die Partei und deren Programm steht im Zentrum, sondern die Person Schröder, die das Programm der SPD vertritt. Vornehmlich handelt es sich um ein diskursives, sondern um ein audiovisuelles Produkt. Die wesentlichen Informationen werden mittels der Bilder transportiert.

Der Spot knüpft an den Kennedystil an, dem Laufen entlang des Meeres. Im Unterschied zu den Vorbildern agiert Schröder allerdings alleine. Bereits zu Beginn wird mit Nahaufnahmen am Strand, die während des Sonnenuntergangs aufgenommen wurden, ein psychosuggestive Stimmung erzeugt. Die Bilder vermitteln aufgrund ihrer hohen Rotanteile Wärme. Die erste Assoziation ist Urlaub, Freizeit und Wohlbehagen. Die Kamera fährt durch hohes Gras, das auch als Getreide wahrnehmbar ist. Mit wehendem Mantel (zu sehen ist nur der untere Teil des Mantels) läuft Schröder durch das wogende Feld. Durch die partielle Unschärfe wird der Eindruck eines Säckmanns erzeugt. Somit wird auf die Antizipation eines christlichen Motivs kalkuliert.

In Folge wird Schröder wie eine Skulptur präsentiert. Sein körperlicher Ausdruck erinnert im ersten Blick an Statuen von Bismarck. Verbunden mit den folgenden Kamerafahrten (Totale) wandelt sich dieser Eindruck und es entsteht die Vision, Schröder als Leuchtturm anzusehen. Er gibt die Orientierung, er ist die Achse des Geschehens. Dies wird insbesondere durch die Kameraführung betont. Während Schröder, relativ gesehen, wenig Aktivität zeigt, kreist die Kamera um ihn. Nahezu alle relevanten Kameraperspektiven werden eingesetzt (Vogel-, Normal- und Froschperspektive). Der Anspruch, Kanzler der Mitte zu sein, wird optisch eindrucksvoll inszeniert. Dies wird insbesondere in einer bemerkenswerten Kamerafahrt gezeigt, wobei Schröder zu Beginn im linken Bildfeld steht (männliche Achse) und sein Schatten eine Diagonale nach links unten bildet (fallende Diagonale = weibliche Linie). Durch die Bewegung der Kamera ‚wandelt‘ er durch den Bildraum. RIEDEL (1988) hat darauf aufmerksam gemacht, dass wir dazu neigen dem Bildraum unbewusst eine Bedeutung zuweisen. Während der rechte Bildraum der Zukunft zugeordnet ist, wird mit dem linken Bildraum die Vergangenheit assoziiert. Der obere Teil des Bildraums ist dem Väterlichen zugeordnet, der untere Bildraum dem Mütterlichen. Kongenial wird nur über die Kameraführung die unbewusste Topologie des Raumes abgeschritten.

Auffallend oft (fast schon aufdringlich) wird die untergehende (möglicherweise auch aufgehende) Sonne zusammen mit Schröder gezeigt. Die Sonne ist ein Symbol für das Leben. Ohne die Sonne wären wir nicht lebensfähig. Die Parallelisierung von Sonne und Schröder soll uns Schröder als mythische Person nahe bringen. Denn die Sonne wiederum bedeutet vor allem Licht. Über die Symbolik des Lichtes habe ich bereits am Beispiel von Bush informiert. Das Lichtmotiv ergänzt sich sehr gut mit dem Leuchtturm-Motiv. In schweren Zeiten bedarf es der Orientierung und der Erkenntnis (Sonne). Die Sonne repräsentiert aber auch das Männliche (Yang-Prinzip), das Wasser wiederum steht für das Weibliche (Ying-Prinzip). Somit wird über diese Symbolik der Eindruck von Androgynität (Aufhebung der Geschlechterpolarität) erzielt.

Konzentrieren wir uns im nächsten Schritt auf den Text: „Als Kanzlerkandidat werde ich immer gefragt, warum machst du eigentlich Politik. Für mich ist Politik viel mehr als ein Job. Der eigentliche Antrieb sind die persönlichen Visionen. Die Erziehung und Förderung von Kindern und Jugendlichen gehören zu den wichtigsten Aufgaben einer Gesellschaft, genauso wie die Schaffung von Arbeitsplätzen und der Erhalt einer intakten Umwelt. Denn hier liegt das Potential für unsere Zukunft. Um all das Wirklichkeit werden zu lassen, brauchen wir neue Ideen. Gute Leute müssen gefördert werden. Deutschland muss wieder eine Ideenfabrik werden. Innovationen, neue Technologien und Existenzgründungen müssen in Deutschland wieder eine Chance haben. Nur so können neue Arbeitsplätze entstehen. Ich möchte den Menschen eine Perspektive geben. Sie sollen sich auf morgen freuen können. Dafür werde ich mich einsetzen.“

Nicht die SPD steht im Zentrum des Spots, sondern der Kanzlerkandidat. Nicht die SPD, sondern der spätere Kanzler Schröder wird sich einsetzen für neue Technologien. Diese Strategie der Personalisierung folgt der strukturellen Dynamik von Mediendemokratien (MEYER 2001).

Fünf verschiedene Themenschwerpunkte werden hervorgehoben. Parallel zu dem auktorialen Erzählton werden diese Begriffe handgeschrieben projiziert. Auffallend ist, dass mit der Zahl fünf operiert ist. Das scheint kein Zufall zu sein. Während die Zahl eins den Ursprung, die Zwei die Polarität, die Drei den Versuch die Einheit auf einer Ebene zwischen These und Gegenthese neu zu bestimmen (Synthese) und die Vier die Welt, die Realität symbolisiert, versinnbildlicht die Fünf den inkarnierten Menschen. In der Gotik (der Grundriss der Gotik basiert auf der Zahl fünf) repräsentiert die fünf den aufrecht stehenden Menschen (zwei Beine, zwei Arme, der Kopf). Während in der Romanik die Gläubigen gebeugt vor Gott standen, erhält der Mensch in der Gotik die Berechtigung aufzustehen, Gott anzuschauen. In der fünf erlebt der Mensch die Allgegenwart Gottes. Die fünf repräsentiert daher insbesondere die Selbständigkeit des Menschen, seine Autonomie. Wenn nunmehr die inhaltliche Dramaturgie des Spots auf der Zahl fünf beruht, wird bewusst oder unbewusst auf diesen Aspekt rekurriert. Schröder hilft den Menschen, selbstbewusste, aufrecht stehende Personen zu werden. Sie dürfen ihn anschauen !

Die Musik ist ebenfalls exquisit gewählt. Sie unterstützt den visuellen Spannungsbogen und baut parallel dazu eine psychophysische Spannung auf. Nach der Exposition, wird das musikalische Thema 10 x wiederholt. Dabei werden mit Beginn des Themas in vertikaler Montage (Synästhesie) bei Betonung des ersten Takts des Themas folgende Begriffe gesetzt: Antrieb - Erziehung - Arbeit - Potential - Ideen - Gute Leute - Neue Technologien - Arbeit - Perspektiven - einsetzen. Während fünf Begriffe visuell hervorgehoben werden, werden 10 Begriffe subliminal betont (durch die Akzentuierung der jeweilige Worte auf Takt 1, einmal wird der Takt 4 betont). Über die Musik werden die Absichten wie zehn Gebote verkündet. Die „zehn Gebote“ wiederum sind eingebunden in die Grundfrage der Philosophie (wie Emanuel Kant sie einmal formuliert hat):

Woher komme ich - immer werde ich gefragt.

Wer bin ich, was werde ich tun - die Erziehung und Förderung

Wo gehe ich hin - dafür werde ich mich einsetzen.

Eine scheinbar belanglose Szene zeigt mit welcher hintergründigen Raffinesse heute Agenturen arbeiten, um Symbole zu nutzen. Zu Beginn streicht sich Schröder über das Kinn. Damit wird dem Zuschauer in einer Detailaufnahme ersichtlich, dass er kein Doppelkinn hat. Den Produzenten des SPD-Spots, wie auch mir, war aufgefallen, dass die Produzenten der CDU-Spots bei allen Abbildungen auf die Darstellung des Doppel-Kinns von Kohl verzichteten. Mit dem ‚Kinn streicheln‘ wird dem Zuschauer, der in der Regel dieses Motiv bewusst nicht wahrnimmt, eine Wahrnehmung im sekundären Sehgedächtnis positioniert, die erst bei Sicht des Konkurrenten sich aktualisiert, wobei der Bezug bei den meisten bewusst nicht hergestellt wird. Es handelt sich somit um den Versuch einer subliminalen Beeinflussung. Warum und wieso wird bei der Analyse des CDU-Spots deutlich werden.

Symbolgestalten in einem CDU-Spot

Der ausgewählte CDU-Wahlspot besteht aus drei Teilen. Im ersten Teil werden hintereinander renovierte Häuser, Industrieanlagen, Häfen aus Ahlbeck, Schwarze Pumpe, Wolgast, Leuna, Weimar, Bitterfeld, Stralsund, Berlin, Schwerin, Sellin, Leipzig, Schwerin, Jena, Jäuschwalde, Warnemünde, Leipzig und Sassnitz gezeigt. Aus ästhetischen Gesichtspunkten ist es nachteilig, dass auf die jeweiligen Objekte gezoomt wird. In der Filmsprache bedeuten Zooms kalte Nähe, da sie Kamerafahrten simulieren, aber keine sind. Psychologisch haftet dem Zoom die Zeigefingerästhetik an. Im zweiten Teil wird, vorwiegend verbunden mit hervorragenden S/W-Aufnahmen von Kohl, die Programmatik vorgestellt. Im dritten Teil wird der Kanzler präsentiert.

Nach der Wiedervereinigung hatte die CDU im allgemeinen und Kanzler Kohl im besonderen den neuen Bundesbürgern „blühende Landschaften“ versprochen. Da dieses Versprechen nicht eingelöst wurde (werden konnte), stand die CDU bei der Bundestagswahl 1998 unter Legitimationszwang. Nicht das Wort, sondern das Bild diente zum Nachweis, dass es die blühenden Landschaften bereits gibt. Mit der Montage im ersten Drittel nutzten Sie die Möglichkeit, dass Rezipienten das Bild mit dem Abbild verwechseln (Immanentismus). Das gelingt allerdings nur bei denen, die sich nicht vom möglichen Gegenteil überzeugen können. Der Spot wurde vor allem im Westen erfolgreich gezeigt. Die Wessis konnten sich nunmehr mittels der Bilder überzeugen, dass im Gegensatz zu der immer wieder zu hörenden Forderung der Ostdeutschen nach Einlösung des Versprechens „blühende Landschaften“ zu schaffen, überzeugen, dass längst blühende Landschaften entstanden sind. Die Ostdeutschen werden mittels des Spots als ständig „Unzufriedene“ bzw. „Nörgler“ entlarvt. Da Bilder nicht lügen können, so die Vermutung, konnten die Zuschauer mit eigenen Augen sehen, dass etwas getan worden ist.

Es bedarf der rationalen In-Frage-Stellung, des Heraustretens aus den Bildern, um die Überlegung anzustellen, inwieweit es sich in den neuen Bundesländern wirklich um blühende Landschaften für alle oder möglicherweise nur für einzelne Segmente handelt. Wer „nur“ den Bildern folgt, wird zu dieser Frage nicht kommen.

In exquisiten S/W-Aufnahmen wird Kohl im zweiten Teil des Spots mit fünf Bildern gezeigt. Die Bildern erinnert an Posen, die typisch sind für seine Vorgänger. Das erste Foto, Kohls Hände bei der Unterschrift, erinnern an eine Aufnahme von Adenauers Händen bei der Unterzeichnung des Vertrags über die Freilassung von Kriegsgefangenen seinerzeit in Moskau. In den weiteren Fotos erkenne ich strukturelle Ähnlichkeiten mit Ehrhard, Kiesinger und Barzel. Allen Fotos ist gemeinsam, dass das Kinn von Kohl nicht zu sehen ist.

Offensichtlich hatten die Imageproduzenten von Kohl die Befürchtung, dass die zunehmende Ästhetisierung in unserer Gesellschaft, eine kritischere Aufnahme des Porträts von Kohl zur Folge haben würde. Angesichts der damaligen Wirtschaftsrezession, so eine weitere Vermutung, wollten Sie keinen Kanzlerkandidaten präsentieren, dem es „zu gut“ geht. Immerhin handelt es sich bei Kohl um den ersten Kanzler der Bundesrepublik Deutschland, der während seiner Amtszeit nicht abnahm. Und wenn er dies tat, geschah dies im Rahmen einer Fastenaktion. Nie hat ihn das Amt belastet, dass dies gesundheitlich zu spüren war. In Zeiten der Prosperität war Kohl ein hervorragendes Symbol für Wohlstand, in Zeiten der Rezession war dieses Bild nicht mehr stimmig.

Parallel zu den kinnlosen Porträts werden fünf (!) Begriffe eingeblendet: Die Zukunft - Die Sicherheit - Der Aufschwung - Die Verantwortung - Das Vertrauen. Bei dem Begriff Vertrauen wird nicht Kohl sondern das Bild einer Mutter mit Kind gezeigt. Das Kind sitzt auf dem Rücken der Mutter und hat die Arme ausgebreitet. Hier wird an das Kindchenschema appelliert. Wie die Verhaltensforschung herausgefunden hat, lösen die Bilder von Kindern eine höhere Aufmerksamkeit aus. Kinder werden aber auch sehr gerne eingesetzt, um an der Christus zugesprochenen Aussage „Lasset die Kinder zu mir kommen“ zu partizipieren. Das Kind ist im Gegenlicht positioniert, damit wird der christliche Kontext in einem weiteren Aspekt gewürdigt (Erleuchtung). Die in der Mitte der Aufzählung stehenden Begriffe Sicherheit, Aufschwung und Verantwortung werden durch die Klammer Zukunft-Vertrauen gebildet. Während Schröder in dem beschriebenen Spot garantiert, dass er sich einsetzt für ..., soll der Wähler dem Kanzler vertrauen schenken, er soll ihm glauben, dass er seiner Verantwortung gerecht wird. Bei dem Schröder-Spot handelt es sich um eine programmatische Aussage (ich beabsichtige zu tun ...), bei dem Kohl-Spot um eine Heils-Programmatik aus der christlichen Mythologie. Glaubt und vertraut mir, ich werde aufgrund meiner Verantwortung Sicherheit und Aufschwung gewährleisten. Wie ihr sehen konntet, haben wir schon einiges getan. Bald wird es überall so aussehen.

Danach folgt der dritte Teil des Spots. Zu sehen ist die deutsche Fahne, die im Bild diagonal präsentiert wird. Im Gold sind zwei Sterne enthalten, die es eigentlich in der deutschen Fahne nicht gibt. Möglicherweise könnte damit in Anlehnung an die Stars and Stripes Fahne der Amerikaner auf die nunmehr verbundenen zwei Länder (Bundesrepublik Deutschland und DDR) angespielt werden. Aus dem OFF folgt der Text. „Am 27. September blühende Landschaften wählen“. Parallel mit dem O-Ton wird der Text per Schrift im Bild gezeigt. Im Schlussbild ist Kohl zu sehen. Links von ihm ist die deutsche Flagge (vgl. dazu meine Erläuterungen zu den Bush-Porträts) positioniert. Sein Kinn ist durch die Bewegungsunschärfe seiner Hand verdeckt.

Auch bei diesem Spot wird die Musik kompetent eingesetzt. Die drei Teile des Spots, Darstellung renovierter Objekte in der ehemaligen DDR, Programmatik und Kanzlerhervorhebung werden durch drei Variationen des gleichen Musikthemas akzentuiert. Das erste musikalische Thema wird neun mal variiert. Da nicht jedes musikalische Thema mit einem Objekt in Bezug gesetzt wird, entsteht jedoch eine rhythmische Störung. Zu Beginn des zweiten Themas erfolgt eine dezente musikalische Steigerung, beim dritten Thema kommt es zur Zuspitzung und Auflösung des Themas.

Symbolgestalten in einem PDS-Spot

Der PDS-Spot ist vor allem an ein jugendliches Publikum gerichtet. Dies lässt sich u.a. an der Musik erkennen. Der Spot enthält zwei Strophen mit HipHop-Musik, die damals wie auch noch heute von einer hohen Anzahl von Jugendlichen aus sozial benachteiligten Gruppen besonders

gerne gehört wird und wurde. In der dritten Strophe, dem Refrain wandelt sich die HipHop-Musik in Rockmusik. Ein Chor singt „das ist immer noch mein Land“. Akustik, Rhythmus und die Riffs entsprechen der DDR-Gruppe Puhdys. Dieser Übergang zwischen aktueller und traditioneller Musik ist gekonnt inszeniert. Im Text werden in jugendkulturellem Stil programmatische Aussagen gemacht. Stil und Versmaß sind an der Denk- und Sprachweise der Zielgruppe Jugend orientiert. „Ich geh jeden Tag durch meine Stadt und ich seh’, dass alles nur mit Geld zu tun hat. Arm bleibt arm, reich wird reicher, immer weiter, immer weiter auf der Karriereleiter Wer Arbeit hat, hat Glück gehabt, wer keine hat, bleibt schön am Rand, unsichtbar, unerkannt. Wer zuerst kommt, malt zuerst. Wer zuletzt kommt, zahlt zuerst.“

Irgendwie ist es ja ganz schön dumm, und irgendwie ist es ja andersherum. Die sind der Rand und wir sind die Mitte. Hier ist meine Mitte. Ich muss Euch gestehen. Arbeiten würde ich ja schon halt gern gehen. Und ich glaub es gibt noch ein paar mehr für die es eine geile Erfahrung wär. Scheiße, Scheiße. Also ganz kurz was ich zu sagen hab. Wer zuerst kommt, zahlt zuerst. Wer zuletzt kommt, malt zuerst. Ach so, bevor ich's vergesse.

Das ist immer noch mein Land, mein Land, das ist immer noch mein Land (Chor)
Das ist immer noch mein Land. Das ist immer noch mein Land
Das ist immer noch mein Land, das ist immer noch mein Land (Chor)
Es ist immer noch mein Land. Hier hält keiner die Fresse. Hier hält keiner die Fresse
Das ist immer noch mein Land (Chor). Das ist immer noch mein Land (Chor)".

Die Dramaturgie des Spots ist angelehnt an ein Apple-Werbespot aus Mitte der Achtziger Jahre. Zu diesem Zeitpunkt produzierte Apple einen Werbespot gegen IBM. In einem großen Saal sitzen Hunderte von Menschen und schauen gebannt auf einen Bildschirm. IBM alias Big Brother richtet seine suggestiven Botschaften auf das wie hypnotisiert aussehende Publikum. Plötzlich geht in der Tiefe des Raumes eine Tür auf, Licht fällt hinein und eine Frau mit roter Hose kommt den Gang entlang gelaufen. In der Hand hält sie einen schweren Hammer. Kurz vor dem Bildschirm holt sie mit weitem Schwung aus und wirft den Hammer auf den Bildschirm, der zerbricht. Bei dem PDS-Werbespot tritt eine Frau als Hauptdarstellerin auf. Die Frau im PDS-Spot trägt ein rotes T-Shirt. Wiederum gibt es einen Big Brother, die Gesellschaft, die gestoppt werden muss. Die visuellen Vorlagen für beide Spots liefert Fritz Langs Film Metropolis.

Anfangs zwei, später vier laufende Rolltreppen führen nach oben. Auf einem Laufband stehen die Menschen (Erwachsenen), auf dem anderen Laufband laufen die Menschen (Jugendliche). In der ersten Einstellung bilden beide Laufbänder eine ‚fallende‘ Diagonale, wobei die Personen nach links oben gehen. In den folgenden Aufnahmen werden die Personen auf den Bändern aus unterschiedlichen Perspektiven und in unterschiedlichen Einstellungen gezeigt. Am oberen Ende der Rolltreppe stehen zwei schwarzgekleidete Schwellenhüter (Wächter). Die Erwachsenen werden als statisch, die Jugendliche als „sich Bewegende“, d.h. veränderungsfähig gezeigt. Gleichwohl kommen die Erwachsenen ans Ziel, während die Jugendlichen auf der Stelle treten. Parallel dazu wird eine Gruppe laufender Erwachsener gezeigt, die an stehenden Jugendlichen vorbeigehen. Die „Erlösung“ kommt durch eine Frau mit rotem T-Shirt (die denkbare Assoziation auf den gerade auch bei Jugendlichen erfolgreichen Spielfilm Lola rennt von Tom Tykwer ist sicherlich gewünscht). Aber auch ungeachtet dessen ist das rote T-Shirt bereits Programmatik. Die Frau, die auf den Zuschauer zuläuft ist zentralperspektivisch aufgenommen. Sie bildet die Achse. Geschickt ist zwischen den dramaturgischen Wechsel der auf den Fahrbändern sich bewegend Personen kurz ein Kind eingeblendet. Auch hier soll das Kindchenschema aktiviert werden.

Wenn die Frau zum ersten Mal zu sehen ist, taucht ein neues musikalisches Motiv auf. Wenn die Wortzeile „ganz kurz, was ich zu sagen habe“ gesungen wird, hat die Frau die Rolltreppe erreicht und springt auf die Mitte zwischen zwei Laufbändern. Damit wird über das Bild gesagt, was ich zu sagen habe ist „Aktion“ bzw. „Handeln“. Kurze Zeit spät wird das neue musikalische Motiv eindringlicher. Die Musik bereitet als psychoakustisches Argument den Plot Point (dramaturgische Wende) vor. Jetzt sehen wir die Frau in einer Großaufnahme vergleichbar mit einer Sprinterin. Im

Gegenschnitt wird ein Nothalte-Hebel gezeigt, der erstaunlicherweise auch die Farbe rot hat. Mit weißen Lettern ist zu lesen STOP - Power Control. Nachdem sie im Gegenlicht (göttlicher Gloriole gezeigt wird) springt sie vom Band und bevor die Schwellenwächter in der Lage sind zu reagieren, zieht Sie die ‚Notbremse‘. Durch diese Aktion kommt die Rolltreppe auf der die Erwachsenen transportiert werden zum Stehen. Wenn dies auch nicht zu sehen ist, soll der Rezipient glauben, dass die Jugendliche nunmehr die Schwelle (zur Arbeit) überschreiten.

Die Menschen werden von Maschinen und Wärtern beherrscht. Die Menschen sind nicht in der Lage sich selbst zu helfen. Sie werden als unmündig und maschinisierte Einzelteile präsentiert. Nur mit Hilfe einer Erlöserin, die stellvertretend für die Partei steht, sind die Menschen dazu in der Lage „Arbeit“ zu bekommen. Die Heilsdramaturgie angelehnt an christliche Mythen ist unübersehbar.

Im Schlussbild ist Gregor Gysie zu sehen und mit folgendem Text zu hören: „Egal welcher Kanzler Sie regieren will, Ich mache ihm Druck. Dafür brauche ich auch Ihre Stimme. Geben Sie sich nen' Ruck“. Links neben ihm ist ein blaues Verkehrszeichen (Gebotszeichen) mit Pfeil nach links. Geschickt wird die Topografie des Raumes mit dem politischen Selbstverständnis in Bezug gesetzt.

Mediendemokratie

Im Verlauf meines Textes ging es mir um die beispielhafte Decodierung mythischer und symbolischen Subtexte, die in der Politik Verwendung finden. Meine Absicht war es, auf die Notwendigkeit der Bild-Lesekompetenz sensibel zu machen. Medienkompetenz bedeutet gerade in einer Mediendemokratie vor allem die Befähigung symbolische Subtexte zu durchschauen

Der notwendige Einbezug dieser Erkenntnisse in eine grundlegende Reflexion über die Rolle der Medien in der Demokratie ist u.a. von MEYER (1992, 2001) ausführlich geleistet worden. Wesentliche Ergebnisse seiner Arbeiten sollen abschließend gewürdigt werden. Nach Auffassung von MEYER überformen die Regeln der Medienlogik die politische Logik. Politik, die sich den Beobachtern bietet, ist immer bereits mediatisierte Medien-Politik. Somit ist es nicht verwunderlich, wenn eine hohe Anzahl von Bürgern Politik nur das, was (in den Medien) dargestellt ist und die Zustimmung der Bürger zur Politik in hohem Maße über die Medien vermittelt ist.

Die Politiker gehen von der Maxime aus, dass sie, je mehr sie die Normen der Medien antizipieren, umso eher wieder Einfluss über die Medien und damit die Öffentlichkeit gewinnen. Durch Selbstinszenierung der Erwartung versuchen die Politiker dem Publikum gerecht zu werden. Dadurch geraten die Parteien in die Gefahr in erster Linie den Funktionsimperativen und der Logik der Medienkommunikation zu gehorchen.

Beim Betrachter besteht die Gefahr, dass das simulierte Ereignis als real wahrgenommen wird und eine konstitutive Relevanz zugeschrieben bekommt. MEYER vernachlässigt allerdings, dass der Betrachter bei der Konstruktion der Botschaften beteiligt ist und durchaus in die Lage zu versetzen ist, die Botschaften zu decodieren bzw. zu dekonstruieren. Wie die Politik die unterschiedlichen Ebenen des Bildes nutzt, so wiederum kann das Bild auch vom Rezipienten unterschiedlich wahrgenommen werden.

Gleichwohl ist MEYER zu folgen, der warnt, dass die allmählich sich im diskursiven Streit der Interessengruppen sich herausbildenden Beschlüsse und Programme und damit der innere Prozess der demokratischen Willensbildung von diesen Mechanismen beeinflusst wird. In seinem zweiten Buch spricht MEYER sogar von der Gefahr der Kolonisierung der Politik durch die Medien.

Literatur:

BARTETZKO, DIETER: Illusionen in Stein - Stimmungsarchitektur im deutschen Faschismus. Ihre Vorgeschichte in Theater- und Filmbauten. Reinbek 1985.

BARTHES, ROLAND: (1957): Mythen des Alltags. Frankfurt 1964.

BAUDRILLARD, JEAN: Die Globalisierung hat noch nicht gewonnen. Requiem für die Twin Towers oder hat der Terrorismus Sinn? In: FR, 02.03.02.

CAMPBELL, JOSEPH (1992): Die Mitte ist überall. Die Sprache von Mythos, Religion und Kunst. München

CASSIRER, ERNST (1944): Versuch über den Menschen - Einführung in eine Philosophie der Kultur. Frankfurt am Main 1990.

DANTO, ARTHUR C.: Abbildung und Beschreibung. In: BOEHM, GOTTFRIED (Hrsg.): Was ist ein Bild? München 1994. S. 125-147.

DEMISCH, HEINZ: Erhobene Hände - Geschichte einer Gebärde in der bildenden Kunst. Stuttgart 1984.

DOELKER, CHRISTIAN: Außenbilder - Innenbilder. Elemente einer Bildtheorie. In: medien praktisch, Heft 1/1991, S. 4-9.

GADAMER, HANS-GEORG (1965): Wahrheit und Methode. 4. Aufl., Tübingen 1975.

LANGER, SUSANNE (1942): Philosophie auf neuem Wege. Das Symbol im Denken, im Ritus und in der Kunst. Frankfurt am Main 1987.

LUCKSCHEITER, ROMAN: Nihilisten. Glucksmann 11.9. In: FR, 31.01.02

LÜDERS, MICHAEL: Das westliche Bild Afghanistans ist von Wunschdenken geprägt. Wovor die Allianz gegen den Terror die Augen verschließt. Michael Lüders über die Selbstgefälligkeit der demokratischen Welt. In: FR, 09.02.02.

MEYER, THOMAS: Die Inszenierung des Scheins. Voraussetzungen und Folgen symbolischer Politik. Frankfurt 1992.

MEIER, THOMAS: Die Kolonisierung der Politik durch die Medien. Frankfurt am Main 2001.

RIEDEL, INGRID: Bilder in Therapie, Kunst und Religion. Stuttgart 1988.

R...LL, FRANZ JOSEF: Mythen und Symbole in populären Medien. Der wahrnehmungsorientierte Ansatz in der Medienpädagogik. Frankfurt 1998.

SCHNEIDER, MANFRED: Wir sind die Feinde unserer Feinde. Zukunftsverheißung und Menschenopfer: Die religiöse Dimension des Terroranschlags. In: FR, 20.09.01.

ZANKER, PAUL (1987): Augustus und die Macht der Bilder. 2. Aufl., München 1990.

Anmerkungen:

(1) Cassirer (1990) hat bereits früh darauf aufmerksam gemacht, dass Kultur auf den Voraussetzungen des symbolischen Denkens und symbolisches Verhaltens aufbaut. Nach seiner

Auffassung ist der Mensch kein „animal rationale“ sondern ein „animal symbolicum“. Symbolisches Denken und Denken mittels Symbolen ist somit ein genuin menschliches Phänomen. Nach ihm hat sich insbesondere Langer (1987) mit dem symbolischen Denken auseinandergesetzt.

(2) Da sich dieser Text auf meinen zeitlich früher gelegenen Vortrag in Bielefeld bezieht, werde ich auf eine detaillierte Analyse dieses Duells verzichten.

(3) Dazu passt die durch Presse gehende Nachricht vom 20. April 2002, dass eine Frau wegen Ehebruchs zum Tode durch Steinigen verurteilt wurde, während der beteiligte Mann nicht bestraft wurde.

(4) Im Norden Thailands wird im Moment ein Denkmal zu Ehren von Bin Laden gebaut. Auf dem „Ehrenmal“ thront Bin Laden auf einem Vogel.

(5) Eine latente Sympathie für die „selbstlose“ Tat ist bei dem kürzlich verstorbenen Kabarettisten Matthias Beltz, zu erkennen, der die Selbstzufriedenheit des Westens mit sarkastischen Reimen aufrüttelte: „Gehorsam ist der Christen Wahn, Mut hat nur der Taliban“.

(6) Zum Krieg der Zeichen gehörte auch, dass Bilder nicht gezeigt werden. Die Informationssperre, manipulierte Nachrichten über die kriegerischen Auseinandersetzungen in Afghanistan führten weniger zur Aufhellung der Vorkommnisse in Afghanistan, sondern vor allem zu „Blindflügen“ (ZDF-Chefredakteur Nikolaus Brender im Spiegel über die Kampfhandlungen in Afghanistan).

(7) Es gab allerdings auch Sympathiekundgebungen, die in der Öffentlichkeit auf wenig Verständnis stießen. So kam der argentinische Fußballstar Maradona mit Bin-Laden-Gummigesicht und Baretta zu seinem 41. Geburtstag. Wobei ich keine im eigentlichen Sinne subversive Botschaft in dieser Aktion sehe, sondern eher den Versuch, durch die symbolische Grenzüberschreitung auf sich aufmerksam zu machen.

(8) Auch bei seinen Reden greift Schröder auf die Kompetenz eines Experten, der in der Lage ist Politik der Öffentlichkeit zu vermitteln. Sein Co-Autor und Politikvermittlungsexperte Reinhard Hesse hat bei Heiner Müller die Inszenierungsarbeit gelernt und beherrscht die Gestaltung der äußeren Bauform und die Gesetzmäßigkeiten der inneren Struktur von Reden.