

Symbole in der Vermittlung

Symbolische Kommunikation in säkularisierter Gesellschaft

Ephrem Else Lau SAC, München*

Ich weiß nicht, ob Sie ab und zu abends das Werbefernsehen beobachten, vermutlich tun Sie es nicht und so dürfte Ihnen die neueste Werbeszene für Fischstäbchen entgangen sein. Man sieht dort zwei Menschen in Ordenstracht – so wie sich in diesem Fall das Österreichische Fernsehen echte Mönche vorstellt – wie sie mit der problemlosen Zubereitung besagter Fischstäbchen beschäftigt sind und wie sie sich keinen größeren Hochgenuß vorstellen können, was sich in ihren entzückten Mienen deutlich äußert.

Mißbrauch von Symbolen werden Sie sagen, da wird offensichtlich mit Hilfe des Ordenskleides als Zeichen eine Botschaft transportiert, die bestimmte Elemente dessen, was mit diesem Bild verknüpft wird – vielleicht Vertrauen in die Schöpfung, Freude an allem Guten, angereichert durch eine Prise Askese und eingebettet in barocke Traditionen – benutzt, um etwas zu bewirken, nämlich schlicht den Konsum einer bestimmten Marke vorbereiteten Fisches.

Untersuchungen haben übrigens ergeben, daß die Werbung für eine bestimmte Marke eines Produkts immer dem Umsatz des gesamten Produkts zugute kommt – wir dürfen also annehmen, daß die geschilderten Werbesekunden nicht nur der Fischindustrie, sondern auch dem positiven Image der Orden zuträglich sind.

Vielleicht würden Sie auf diese ungebetene Werbung für den Ordensstand ganz gern verzichten – wir sind damit jedenfalls mitten im Thema: Es geht uns um symbolische Kommunikation in einer säkularisierten Gesellschaft, die nicht zuletzt geprägt ist von den Medien und von dem, was sie an Inhalten vermitteln und wie sie das tun. Sie tun es fraglos mit Hilfe von Signalen, Zeichen, Symbolen, Klischees – kurz: durch symbolische Vermittlung. Daß die Fähigkeit, sich über Zeichen und Symbole zu verständigen, eine typisch menschliche Begabung ist, werde ich im ersten Punkt meines Referats ausführen. Anschließend werde ich kurz eingehen auf die besonderen Bedingungen, unter denen heute, in unserer modernen Gesellschaft, diese Symbolproduktion geschieht – ich werde also zu sprechen kommen auf Sinnkrise und Symbolkrise. Diese Krise von Sinn und Symbol, das werde ich in meinem dritten Teil darstellen, läßt sich festmachen an der Situation des Transzendenten in der säkularisierten Gesellschaft. Unsere Welt scheint entzaubert und

* Vortrag von Sr. Dr. Ephrem Else Lau SAC vom Institut für Kommunikation und Medien (IKM), München, bei der Mitgliederversammlung der VDO am 28. Juni 1984 in St. Ottilien.

desymbolisiert, zugleich sehen aber manche gerade in den Symbolen der christlichen Religion Chancen für den Menschen von heute in seiner Suche nach Sinn.

Sind die Medien der Massenkommunikation – und das ist mein 4. Punkt – geeignet, als Symbolträger und Sinnvermittler zu wirken? Wie könnte die Kirche, wie könnten wir als Ordenschristen Möglichkeiten symbolischer Vermittlung wirksam nutzen? Auf diese Fragen werden wir – so hoffe ich – anschließend noch zurückkommen.

I. Der Mensch braucht Symbole

1. Zunächst also lassen Sie uns zurückgehen auf die Ausgangsthese: Der Mensch schafft Zeichen und Symbole. Er ist – wie Cassirer sagt – das „animal symbolicum“. Als Symbolproduzent erzeugt er gleichsam eine neue geistige Welt, die – und darauf wurde heute morgen schon hingewiesen – nicht weniger lebendig und wirksam ist als die materielle.

Gemeinsam ist allen Definitionen von Zeichen und Symbol die Vorstellung, daß der Gegenstand, das Geschehnis oder die Gegebenheit, die man Zeichen oder Symbol nennt, auf etwas anderes als sich selbst hinweist. Das Anzeigende und das Angezeigte bilden ein Paar. Da ich hier keine Vorlesung über Sprachphilosophie oder Symboltheorie vortrage, werde ich mich auf die für die weiteren Ausführungen wichtigsten Unterscheidungen beschränken und werde ganz kurz eingehen auf die Unterscheidung zwischen Anzeichen, Zeichen und Symbol.

Beginnen wir mit dem Einfachsten, dem Anzeichen oder Symptom: Anzeichen beziehen sich auf ein konkret Vorhandenes, auf eine Objekt der Außenwelt. – So ist Rauch ein Anzeichen für Feuer.

Ich habe Rauch und Feuer genannt, weil mir dieses Beispiel gestattet, vom Anzeichen zum Zeichen zu kommen. Denken Sie an eine Papstwahl. Man hat lange gewartet – endlich sieht man den weißen Rauch aufsteigen. Es eilt auf das Rauchzeichen nicht etwa die Feuerwehr herbei, um die damit angezeigte Feuersbrunst zu löschen, sondern die versammelten Reporter rücken ihre Kameras und Mikrophone in Position. Der weiße Rauch ist nämlich ein vereinbartes Zeichen für ein Ereignis: Die Papstwahl war erfolgreich. Sie sehen: Wichtig ist hier die soziale Vereinbarung. Der Zusammenhang zwischen Zeichen und übermittelter Nachricht ist rein willkürlich. Interpretationsprozesse sind bei den Zeichen überflüssig: Die Zuordnung ist eindeutig. Zeichen schließen außerdem keine Gefühls- oder Empfindungskomponenten ein, sie sind gefühlsmäßig neutral.

Zeichen sind im übrigen geeignet für Vermittlungen innerhalb des Bereichs unserer alltäglichen Lebenswelt. Sie leisten keine Transzendierung, keine Überschreitung des Alltags. Dafür braucht es die Symbole.

Es gibt nämlich Erfahrungen, die den Sinnbereich der Alltagswelt transzendieren, indem sie auf andere Sinnfelder, auf andere Wirklichkeitsschichten verweisen, seien es die Welt der Kunst, der Phantasie, der Träume oder der Religion. Symbolverstehen heißt dann nicht, die Bedeutung rational kennen, das Symbol übersetzen können, sondern – so Jaspers – „in der Symbolintention als Existierender diese unvergleichbare Bezogenheit auf ein Transzendentes, an der Grenze, im Verschwinden des Gegenstandes, erfahren“ (Jaspers, S. 16).

Auch beim Symbol besteht eine Übereinkunft über seine annähernde Bedeutung. Hier ist aber die Zuordnung nicht willkürlich und beliebig. Es besteht vielmehr ein gewisser Zusammenhang zwischen dem Symbol und dem mit dem Symbol Bezeichneten. Alle Symbole sind in gewisser Weise Kürzel der Wirklichkeit. Sie erlauben es dem Menschen, die Dinge auf bewegliche, flexible Weise in Gebrauch zu nehmen. Ich wäre damit bei der Vermittlungsleistung der Symbole. Der Mensch ist nicht nur fähig, Symbole zu schaffen, er braucht Symbole, um sich der Außenwelt auf eine nur ihm eigene Art zu nähern.

2. Diese Außenweltvermittlung geschieht grundlegend anders als beim Tier. Der Mensch lebt sozusagen in einer neuen Dimension der Realität. Vom Tier nämlich wird „eine direkte und sofortige Antwort auf einen äußerlichen Reiz gegeben,“ beim Menschen „ist diese Antwort verzögert. Sie wird von einem langsamen und komplizierten Denkprozeß unterbrochen und zurückgehalten.“ (Cassirer, S. 38f.) Ein echtes menschliches Symbol ist nicht durch seine Einheitlichkeit, sondern durch seine Vielseitigkeit ausgezeichnet. Es ist nicht starr und unelastisch, sondern beweglich. Symbole ermöglichen also eine nur dem Menschen eigene Außenweltvermittlung. Symbole sind Produkte sozialer Vereinbarung und kommen zum einzelnen durch soziale Überlieferung. Sie ermöglichen nicht nur einen individuellen Zugang zur Außenwelt, sie erlauben es auch, daß man sich mit ihrer Hilfe über die Außenwelt verständigt. Ein Symbol ist dann Symbol im eigentlichen Sinn, wenn es intersubjektive Verständigung möglich macht, wenn seine Bedeutung also geteilt wird. Ein solches signifikantes Symbol zeichnet sich dadurch aus, daß es als Reiz in den Gesprächs- oder Interaktionsteilnehmern eine annähernd gleiche Vorstellung und Wirkung hervorruft. Dabei soll noch einmal auf die Grenze zwischen Symbol und Zeichen verwiesen werden. Das Symbol als Reiz fordert zwar zum Handeln auf (Helle), verlangt aber nie eine eindeutige Reaktion, wie das Zeichen. Das Symbol ruft vielmehr immer einen Prozeß von Interpretation und Konstitution gemeinsamer Wirklichkeit hervor; . . . „Zeichen steuern Verhalten, Symbole beeinflussen es“ (Scharfenberg/Kämpfer, S. 93).

Ich habe zuletzt gesprochen über die Vermittlungsleistung der Symbole im zwischenmenschlichen Bereich. Wenn ich sage: Der Mensch braucht Symbole, so kann ich noch einen dritten Bereich nennen – neben der Vermittlung der Außenwelt und der Vermittlung im Zwischenmenschlichen. Symbole sind auch notwendig, um dem Menschen den Zugang zu sich selbst zu ermögli-

chen. „Die Symbolsprache“, das betont Erich Fromm, „ist eine Sprache, in der die Außenwelt ein Symbol der Innenwelt, ein Symbol unserer Seele und unseres Geistes ist.“ (Fromm, S. 18). Fromm spricht vom universalen Symbol, das er in den „Eigenschaften unseres Körpers, unserer Sinne und unseres Geistes verwurzelt“ sieht, „Eigenschaften, die allen Menschen gemeinsam und daher nicht auf einzelne Individuen oder spezifische Gruppen beschränkt sind“ (Fromm, S. 21). Tatsächlich – so Fromm – „ist das universale Symbol die einzige von der ganzen Menschheit entwickelte Sprache“ (Fromm, S. 22). Universale Symbole sind besonders geeignet, um dem Individuum eigene Empfindungen und innere Erfahrungen verstehbar und nach außen mittelbar zu machen.

Bei der großen Bedeutung der Symbole, wie sie sich zeigt in der Außenweltvermittlung, deren symbolischen Interaktion und der Innenweltvermittlung, wird es uns verständlich, daß manche in bezug auf unsere moderne Gesellschaft nicht nur von einer Sinnkrise, sondern auch von einer Krise, von einem Zerfall der Symbole sprechen und dabei das eine zum anderen in Beziehung setzen.

II. Sinn und Symbol in der modernen Gesellschaft

1. Sinnkrise und Sinnsuche

Die Rede von der Sinnkrise, in die der moderne Mensch und die Gesellschaft geraten sei, findet sich in vielfacher Variation. Jürgen Habermas spricht von der Schwierigkeit, heute noch eine vernünftige Identität auszubilden. Andere reden vom Zerfall der Werte, von der Krise der Institutionen oder einzelner Institutionen wie der Familie oder des Staates.

„In zahllosen Symptomen“ – so Hugo Staudinger – „kündigt sich die Heillosigkeit einer rein weltlichen Welt an. Sogar der einst von allen gepriesene Fortschritt scheint sinnlos zu werden und wird von zahlreichen Denkern in Frage gestellt. Die Welt ist in vieler Hinsicht gespalten, und selbst in den Nationen höchsten Wohlstandes herrscht – wie Selbstmordziffern und Anfälligkeit für psychische Krankheiten ausweisen – weithin Unzufriedenheit und Verzweiflung“ (Staudinger, S. 71).

Diesen Erfahrungen der Sinnkrise auf der einen Seite entsprechen auf der anderen Seite Zeichen der Sinnsuche. Bei einer Umfrage unter 8000 amerikanischen Studenten nach dem Motiv ihres Studiums antworteten 80%, um in ihrem Leben einen Sinn zu finden. Empirische Untersuchungen der letzten Zeit haben für die Bundesrepublik ergeben, daß die Rede von der „Jugend ohne Zukunftsorientierung“ von Vorurteilen geprägt ist. Die Jugend sucht nach Sinn und unterscheidet sich dabei nur in den Formen der Sinnsuche von den Erwachsenen. „Friedensbewegung, Umweltschützer und Gruppen mit alternativer Lebensweise sind für die Jugend von heute Alternativen zu

Rock-, Pop- und Punk-Idolen“. Kommunikation spielt dabei eine große Rolle: Freizeit heißt für die Jugendlichen . . . Kommunikation total. Im Mittelpunkt stehen interpersonelle Kontakte . . . Alle Medien, inklusive Bücher und Kino, werden von den Jugendlichen intensiv genutzt“ (vgl. Pratz, S. 29).

Damit scheint sich die Suche nach Sinn und Identität auszudrücken als Suche nach Kommunikationsmöglichkeiten und im Zusammenhang damit nach gültigen Symbolen gerade auch für das eigene Selbst.

2. Zerfall der Symbole

Die Sinnkrise in der modernen säkularisierten Gesellschaft scheint mit einer Symbolkrise Hand in Hand zu gehen. Dabei ergibt sich ein merkwürdiger Gegensatz zwischen Reizüberflutung und Symbolarmut. Reizüberflutung ist zunächst eine anthropologische Gegebenheit. Während das Tier in einer bereits reduzierten Umwelt lebt, muß sich der Mensch als weltoffenes Wesen das für ihn Lebensdienliche selbst selektieren. Glaubt man den Kulturkritikern unserer Tage, so verschärft sich diese anthropologische Grundkonstante für den modernen Menschen insofern, als seine Welt sich mehr und mehr ausweitet. Ich darf an die Thesen von heute morgen erinnern, wo ja davon die Rede war, daß uns die Welt zum Dorf geworden ist. Die Unüberschaubarkeit der Außenwelt läßt den Menschen heute nach Symbolen suchen, die ihm eine Handlungsorientierung erlauben, ohne ihn zu manipulieren, Symbolen, die ihn aus der Sprachlosigkeit befreien und ihm zu echter Verständigung verhelfen; Symbolen schließlich, die sich als Ausdrucksmedien für seine inneren Erfahrungen eignen, für Angst und Schuld wie für Geborgenheit und Glück. Wo aber findet der Mensch von heute solche Symbole?

Die eindeutigen, gefühlsneutralen Zeichen haben mit der Entwicklung der Technik immer mehr Raum gewonnen. Die modernen Computersysteme beruhen auf der Möglichkeit der Digitalisierung von Information, Digitalisierung aber setzt Eindeutigkeit voraus, verlangt die Umsetzung in Ja/Nein-Entscheidungen. Es soll hier nicht geleugnet werden, daß die Computertechnologie ihren eigenen Reiz, ihre eigene Ästhetik hat. Sie bringt ungeahnte menschliche Möglichkeiten und erlaubt gerade auch im Bereich der Ordnung, der Systematisierung und Selektion von Information immer bessere Verfahren. Die Superzeichen der elektronischen Informationsverarbeitung sind allerdings nicht zu bewerten mit den Maßstäben der signifikanten Symbole. Wenn etwa die „Entleerung von Symbolen zu völlig affektlosen Zeichen“ beklagt wird (Scharfenberg/Kämpfer, S. 75), so wäre zu bedenken, daß es nicht darum gehen kann, kurzschlüssig die Ersetzung der „affektlosen Zeichen“ durch mehrdeutige und affekttragende Symbole zu verlangen, sondern daß es darum gehen müßte, neben der Welt der eindeutigen Zeichen die der Symbole zu entwickeln.

Neben einer „Entleerung zum affektlosen Zeichen“ wird heute vor allem auch die Häufung der Signale und Klischees beklagt. Signale haben starken Aufforderungscharakter bis hin zum Manipulativen. Im Alltag begegnen uns

heute solche Signale besonders in der Werbung. Es ist klar, daß die Botschaften der Werbung nicht wie die Schlüsselreize im Tierreich als direkte Auslöser bestimmter Reaktionen fungieren. Dem Menschen bleiben Entscheidungsmöglichkeiten. Schwerer wiegt meines Erachtens, daß die Werbung sich oft ungeniert universaler Symbole bedient und sie zu Signalen mit eindeutigen Aufforderungscharakter umfunktioniert. So wird z. B. das Symbol der aufgehenden Sonne benutzt, um Leben, Gesundheit in Beziehung zu setzen zu einem angebotenen Stärkungsmittel. Werte, die sich in Umfragen als zentral erwiesen haben, wie Familie, Gesundheit, Harmonie, Freundschaft werden umgesetzt in Bildsymbole, die zum Konsum auffordern. Damit wird suggeriert: Wenn Du eine bestimmte Schokolade kaufst, tust Du das Beste für Dein Kind. Wenn Du ein bestimmtes Waschmittel benutzt, bleibt Deine Wäsche nicht nur sauber, sondern rein und Du kannst ein gutes Gewissen haben. Was hier problematisch erscheint, ist nicht nur die Entwertung bestimmter einzelner Symbole, ihre Verzerrung und ihr Mißbrauch, sondern die generelle Verführung zu einer Grundhaltung, die auf viele Bereiche übertragen wird, die des passiven Konsumierens.

Die Entleerung oder Erstarrung von Symbolen wird von Richtungen der Psychoanalyse – so von Alfred Lorenzer – heute als Deutungsmöglichkeit für die Entstehung psychischer Krankheiten und als Ansatz für die Entwicklung therapeutischer Hilfen gebraucht. Als De-Symbolisierung versteht Lorenzer die Verdrängung bestimmter Objektbeziehungen, sozusagen ihre Ex-Kommunikation, ihre Ausweisung ins „innere Ausland“. Das so verdrängte Objekt kann nicht mehr in den Prozeß der Vermittlung sich selbst und anderen gegenüber eingebracht werden, er wird zum starren Klischee.

Die Armut an Symbolen und die Verschiebung in Richtung starrer Signale und Klischees wird heute besonders im Hinblick auf die religiösen Symbole spürbar. Ich komme damit zu meinem dritten Hauptpunkt, wo ich zunächst kurz einiges sage zur Struktur und Bedeutung religiöser Symbole.

III. Symbolische Vermittlung und Christliche Verkündigung

1. Religiöse Symbole in säkularisierter Welt

Ich hatte schon bei dem Versuch, das Symbol vom Zeichen zu unterscheiden, darauf hingewiesen, daß Symbole die Alltagswelt überschreiten. Eine solche Vermittlung ins Transzendente hinein wird vor allem vom religiösen Symbol geleistet: Geht man von der in der Religionssoziologie geläufigen Aufteilung der Welt in einen profanen und einen heiligen Bereich aus, so stünde beim religiösen Symbol gleichsam ein Pfeiler im profanen, der andere im heiligen Bereich. Die Kategorie des Heiligen erscheint insofern wichtig, als sich von dorthin einige Qualifikationen für das religiöse Symbol ergeben. Von Rudolf Otto werden als kennzeichnende Elemente des Heiligen angegeben:

- das Moment des ‚tremendum‘, des Schauervollen,
der ‚majestas‘, des Übermächtigen,
- das Moment des Mysteriums, des Ganz anderen
- das Moment des Fascinans, des Anziehenden
und schließlich
- das Moment des Ungeheuren, Unheimlichen, Unfaßlichen, Befremden-
den.

Religiöse Symbole ermöglichen das Verstehen der sakralen Dimension der menschlichen Existenz. Sie verweisen auf etwas Wirklich/Heiliges, das sich der Begrifflichkeit entzieht. Sie machen es möglich, die Welt als Einheit zu sehen und bewirken Identität für den einzelnen und Regenerierung für die Gesellschaft.

Das religiöse Symbol verleiht der menschlichen Existenz Sinn, indem es sie in außeralltägliche Sinnwelten integriert. Innerhalb der großen Vielfalt der religiösen Symbole nehmen die christlichen einen besonderen Raum ein. Hier ist besonders darauf hinzuweisen, daß sie sich geschichtlich und kulturell gewandelt und jeweils die vorhandenen Elemente der entsprechenden Kultur in sich aufgenommen haben. Trotz der vorhin festgestellten Symbolarmut unserer Zeit – vielleicht auch gerade wegen dieser Symbolarmut – läßt sich besonders aus der Richtung der Psychologie ein verstärktes Interesse gerade am religiös-christlichen Symbol feststellen. „Jedes psychologische Symbolverständnis von einiger Tiefe“ – so Scharfenberg und Kämpfer – „stößt in Dimensionen vor, in denen eine Auseinandersetzung mit religiösen Symbolsystemen als unausweichlich erscheint“. Die christlichen Symbole können dabei immer dann wirksam werden, wenn es gelingt – so Scharfenberg/Kämpfer – „zu einer Horizontalverschmelzung zu kommen zwischen dem Sinngebungssystem des überlieferten Symbols und dem der Alltagserfahrung. Es spielt dabei keine Rolle, ob die Alltagserfahrung mit Hilfe des überlieferten Symbols gedeutet wird oder das Symbol mit Hilfe der Alltagserfahrung“ (Scharfenberg/Kämpfer, S. 158). Allerdings müssen wir uns darüber im klaren sein, daß sich diese Hereinnahme des christlichen Symbols in den Alltag in einer weitgehend säkularisierten Welt vollzieht.

2. Christliche Symbole in einer säkularisierten Welt

Empirisch – so Habermas – „ist die Entwicklung zum Massenatheismus kaum noch zu leugnen“ (Habermas, S. 107). Wir müssen uns nicht die neuesten Kirchenbesucherzahlen, den Prozentsatz der Eltern, die ihre Kinder nicht taufen lassen, oder die der Kirchenaustritte ansehen, um dieser nüchternen Feststellung eines Außenstehenden wenigstens in Ansätzen recht zu geben.

Wir leben in einer Situation, in der die Sinndeutungen der Religion an Überzeugungskraft und Wirksamkeit eingebüßt haben. Sie gelten – wie der Religionssoziologe Berger sagt – nur für „einen Teil der persönlichen Welt und verlieren dadurch den Charakter des ‚Natürlichen, des Unerläßlichen und

Selbstverständlichen'. Das moderne Individuum lebt in einer Pluralität von Welten, ist ein Pendler zwischen konkurrierenden Plausibilitätsstrukturen, deren jede durch die bloße Tatsache ihrer unfreiwilligen Koexistenz mit anderen geschwächt ist.“ (Berger, S. 70) Die religiöse Botschaft nimmt sich in der modernen Welt aus wie ein bloßes Gerücht von Engeln – dennoch finden sich Spuren des Transzendenten, an denen es anzusetzen lohnt.

„Beachtliche Mengen der Spezies ‚moderner Mensch‘ – so noch einmal Berger – haben den Sinn für Verehrung, für das Numinose, für alle jene Möglichkeiten des Menschen, gegen die die Katechismen der säkularisierten Vernunft sich richten, noch nicht verloren.“ Verschiedene Zeichen des Transzendenten lassen sich in der heutigen Wirklichkeit vorfinden. Ein solches Zeichen des Jenseitigen wäre zu sehen in menschlichen Gesten, die Schutz, Zuneigung ausdrücken. Ich erinnere an ein Bild aus Vietnam, das wir heute morgen gesehen haben: Ein Junge führt seinen kleineren Bruder mitten im Grauen des Krieges an der Hand über die Straße. – Eng verwandt mit solchen Gesten der Ordnung gegen das Chaos sei das Spiel zu sehen. In der Zeitenthobenheit des Spielens nämlich tut der Mensch einen Vorgriff auf die Ewigkeit. Ähnlich ist im Humor ein Zeichen der Transzendenz zu sehen – eine antizipatorische Imitation der Erlösung. Auf ein Jenseits verweist weiter die unbedingte Verurteilung dessen, was wir ein „himmelschreiendes Unrecht“ nennen. In Situationen des Ausgeliefertseins an Gewalt und Unterdrückung schreit der Mensch auf aus dieser Welt des Grauens in der Gewißheit, daß es ein Jenseits geben muß, in der das Böse absolut verneint und überwältigt wird.

Diese von Berger als Zeichen des Übernatürlichen angesehenen Gegebenheiten sind in unserer alltäglichen Lebenswelt zu finden. Bei genauerem Hinsehen werden wir sie vor allem auch in den Botschaften der Medien entdecken können. Ich komme damit zu meinem vierten Punkt, nämlich der Frage, inwiefern die heutigen Massenmedien geeignet sind, als Träger symbolischer Vermittlung zu dienen.

IV. Die Medien und die symbolische Vermittlung

Jede Vermittlung durch Medien muß sich der Signale, Zeichen und Symbole bedienen. Eine gründliche Untersuchung, wie die verschiedenen Medien sich dabei welcher Zeichenformen bedienen und wie die verwendeten Zeichen und Symbole auf die vermittelten Inhalte zurückwirken, steht noch aus. Ich möchte hier kurz auf zwei Gegebenheiten im Zusammenhang mit der Frage nach der symbolischen Vermittlung in den Medien hinweisen:

1. Mediensymbolik

Zunächst: Medien dienen selbst, unabhängig von ihren Inhalten, als Symbole. Massenmedien können als Zeichen oder Symbole gesehen werden, weil sie für die Rezipienten für die Empfänger als solche wirken, weil sie Symbol-

funktionen wahrnehmen. Die Fernsehanstalten etwa – so Hans Benedict – „sind weithin anonyme Institutionen, die ihre Produktionsbedingungen geheimhalten und wie der Berg Sinai Jahweerscheinungen, Rauch und Donner regelmäßig Sendungen ausstoßen“. Die symbolische Sinnwelt des Fernsehens entsteht durch die spezifische Form der Selektion. Für den Zuschauer wird aus der unüberschaubaren Fülle der Weltereignisse eine Auswahl getroffen, die ihm vorgesetzt wird, ohne ihm einen Einfluß auf diese Außenweltvermittlung zu gestatten: An die Stelle der transzendentalen – so Benedict – tritt die „immanente Verschicksalung“. (Benedict, S. 119)

Medien leisten Sinnggebung und machen Identifikationsangebote. Als Beispiel: „Ein Fernsehspiel. Der Held reitet einsam über die Prärie. Tod und Verderben umwittern ihn. Er ist allein. Er muß sich ganz allein durchsetzen. Alles hängt von der Stärke seiner Fäuste ab und von der Treffsicherheit seines Colts. Es ist eine fremde Welt. Ich reite nicht, ich trage keine Pistolen an den Seiten, und ich habe noch nie Meinungsverschiedenheiten mit einem anderen auf dem Wege eines Faustkampfes ausgetragen. Trotzdem schalte ich nicht ab. Irgendwas an dem Cowboy in der Prärie betrifft mich, bin ich, hat mit mir zu tun. Ich durchschaue nur nicht, wie und warum. Ich ertappe mich dabei, daß ich, wenn ich abends auf einem einsamen Parkweg entlang gehe, so ausbreite wie er, die Arme seitlich herunterhängen lasse, bereit, den Colt zu ziehen.“ (Scharfenberg/Kämpfer, S. 15) Als symbolische Vermittler treten die Medien in Konkurrenz zu den Religionsgemeinschaften. Tagtäglich versammeln sie eine große Gemeinde. Bedürfnisse nach Sinndeutung und Trost werden von ihnen mehr und mehr wahrgenommen. Diente das Morgengebet für die Menschen des vorindustriellen Zeitalters als eine Art Alltagsvergewisserung, so hat diese Rolle für sehr viele das Einschalten des Radios und der Blick in die Morgenzeitung übernommen. Eine ähnliche wichtige Vergewisserungsfunktion hat die Fernseh-Tagesschau am Abend. Stets eröffnet mit dem gleichen Signal, vorgetragen von den gleichen Sprechern und beschlossen mit dem Wetterbericht hat sie die Funktion einer Symbolhandlung, die Ordnung in die Alltagswelt bringt.

2. Medien als religiös-symbolische Vermittler

Die Erkenntnis, daß die Massenmedien Funktionen der religiösen Symbole übernommen haben und quasi-religiöse Symbolisierungen anbieten, stellt die Kirchen vor die Frage, wie sie auf diese Tatsache reagieren wollen. In der Geschichte der Massenkommunikation hat sich die Frage mit dem Aufkommen eines jeweils neuen Mediums immer neu gestellt. Die Reaktionen gleichen einander: Man braucht zunächst eine Zeit, um das Auftauchen des jeweils neuen Mediums überhaupt zur Kenntnis zu nehmen. Man versucht dann eine Abschottung und eine Abwehr durch Warnung und das Unterstreichen der negativen Züge. Schließlich läßt man sich zögernd auf eine gewisse Aneignung ein, die aber oft eher auf die Sicherung von Positionen hinausläuft als auf eine kreative und aktive Prüfung der neuen Möglichkeiten.

Wie sähe eine solche kreative und aktive Prüfung der Möglichkeiten der Verkündigung als symbolischer Medienvermittlung aus?

Wir müßten wohl zunächst fragen: Was geschieht, wenn religiöse Symbole durch Massenmedien vermittelt werden? Ich möchte dies kurz am Beispiel Fernsehen aufzeigen. Zunächst sollte klarwerden, wie vielschichtig ein symbolischer Vermittlungsprozeß über das Medium Fernsehen ist. Da sind zunächst die Inhalte, von denen wir überzeugt sind, daß sie eine frohe Botschaft darstellen. Sie liegen ja bereits in Form von Symbolen vor. Zum Teil handelt es sich bei den christlichen Symbolen um universale Symbole, die allen Menschen verständlich sind. Andere Symbole der christlichen Überlieferung sind kultur- und zeitgebunden. Viele Symbole sind heute nicht mehr unmittelbar verständlich. Die Kirche hat versucht, ihre Zeichen und Symbole durch die Liturgiereform des Konzils von Verkrustungen und Erstarrungen zu befreien. Geblieben ist der kirchlichen Symbolsprache ein großer Ausdrucksreichtum. Sie benutzt Gesten, Handlungen, Gegenstände, Gewänder, Farben, Gesänge, Düfte, Räume. Sie benutzt Funktionen und Rollen im liturgischen Geschehen, sie verwendet religiöse Bilder und Kunstgegenstände. Das alles hat ja je in sich als einzelnes Element schon Bedeutung und erhält jeweils neuen Sinn in verschiedenen liturgischen Situationen. Diese Liturgie ist ein Geschehen, das Teilnahme verlangt und die Übernahme bestimmter Rollen erfordert. Von daher hat sich schon früh die Frage erhoben, was geschieht, wenn wir das liturgische Geschehen im Hörfunk oder im Fernsehen übertragen. Es ist klar, daß wir dabei nicht nur die Verkettungskette verlängern: wir verändern auch die Struktur der Symbole. So können etwa nachvollziehende Gesten oder symbolische Handlungen zu rein audiovisuellen Zeichen werden und damit einen Teil ihrer ursprünglichen Bedeutung verlieren.

Hinzu kommt, daß der Kontext verändert wird, in dem das Symbol oder der Symbolzusammenhang steht: Der Kreis der Symbol-Deutenden – wenn wir die Fernsehzuschauer einmal so bezeichnen wollen – geht weit hinaus über die Kirchgänger. Wir können damit nur noch bei einem Teil eine Übereinkunft über den Sinn und die Bedeutung der Symbole erwarten.

Wegen der Problematik solcher Übertragungen sehen manche eine bessere Möglichkeit der symbolisch-religiösen Vermittlung in der Suche nach neuen mediengerechten Formen. Man geht dabei von der Frage aus, welcher Inhalt vermittelt werden soll. Diesen versucht man in solchen Symbolen auszudrücken, über deren Bedeutung in der gegenwärtigen Gesellschaft ein einigermaßen hinreichender Konsens besteht und überlegt sich besonders, wie der Inhalt mit den spezifischen Formen, die das Fernsehen entwickelt hat, dargestellt werden kann. Dieses Vorgehen ist sicher nicht einfach. Man wird davon ausgehen müssen, daß es keine kirchlich privilegierten Fernsehgattungen gibt, sondern es müssen alle Möglichkeiten getestet werden, ob und wie gut sie sich eignen, die christliche Botschaft auszusagen.

Fernsehen war hier als ein Beispiel gewählt worden. Es gibt die Vielfalt der Medien, und es kommen neue Medien auf uns zu. Ich möchte Sie provozie-

ren mit der These, daß die modernen Massenmedien sich nicht weniger als Träger symbolischer christlicher Botschaften eignen als die altbekannten Vermittlungsinstrumente, wie z. B. die christliche Literatur. Die neuen Medien, von denen Sie sich sicher heute mittag einen ersten Eindruck verschafft haben, werden über die uns bisher bekannten Hörfunk- und Fernseh-Erscheinungsweisen hinaus noch uneröffnete Räume des Ineinander von medienvermittelter und direkter Kommunikation etwa im Nahraum von Kirchengemeinde und Stadtteil bieten.

Allerdings wäre es dabei nicht damit getan, etwa Sendezeiten im Fernsehen abzusichern oder gegen Udo Lindbergs Nonnensong zu protestieren. Es ginge darum, ein weitgehend noch brachliegendes Feld der symbolischen Vermittlung zu erschließen. Dabei möchte ich nicht dafür plädieren, mit dem ganz konkreten Einstieg und neuen Versuchen der Artikulation zu warten, bis die komplexen und komplizierten Zusammenhänge zwischen den Gesetzmäßigkeiten der Vermittlung in den verschiedenen Medien und der Wirksamkeit christlicher Symbolik einigermaßen geklärt sind. Es gibt zum Glück in der Kirche und in den Orden die verschiedensten Talente, die man sozusagen gleichzeitig nutzen könnte. Ich möchte sagen: überlassen wir unsere religiösen Symbole nicht der Konsumwerbung, sondern suchen wir nach neuen Wegen, sie in der Vermittlung der christlichen Botschaft einzusetzen. – Um einmal umgekehrt einen Werbespruch auf die höhere christliche Symbolebene anzuwenden: Es ist viel zu tun, packen wir's an!

Literatur:

- BENEDICT, Hans: Fernsehen als Sinnsystem, in: ARNDT, Manfred (Hrsg.): Religiöse Sozialisation, Stuttgart 1975
BERGER, Peter L.: Auf den Spuren der Engel, Frankfurt 1970
CASSIRER, Ernst: Was ist der Mensch? Stuttgart 1960
FROMM, Ernst: Märchen, Mythen, Träume, Hamburg 1981 (1951)
HABERMAS, Jürgen: Können moderne Gesellschaften eine vernünftige Identität ausbilden?, in: HABERMAS, Jürgen / HENTIG, Hartmut: Zwei Reden, Frankfurt 1979
HELLE, Horst Jürgen: Soziologie und Symbol, Köln/Opladen 1969
JASPERS, Karl: Philosophie, Berlin 1932
LORENZER, Alfred: Entwicklung und Revision des psychoanalytischen Symbolbegriffs, Frankfurt 1970
OTTO, Rudolf: Das Heilige, Breslau 1936
PRATZ, Gunter: Lebensziele – Potentiale und Trends alternativen Verhaltens, in: Bertelsmann Briefe, H. 111/112, 1983
SCHARFENBERG, Joachim / KÄMPFER, Horst: Mit Symbolen leben, Freiburg 1980
STAUDINGER, Hugo (Hrsg.): Chance und Risiko der Gegenwart, Paderborn 1976