

Medienrhetorik

Herausgegeben von
Joachim Knappe

Redaktion: Stefanie Luppold

HE 040.056
2. Et.

Attempto
VERLAG
3316/04

Universität Tübingen
Fakultätsbibliothek Neuphilologie

Bibliografische Information der Deutschen Bibliothek

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

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

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

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

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

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

Gesamtherstellung: Hubert & Co., Göttingen
Printed in Germany

ISBN 3-89308-370-7

Inhalt

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

The Medium is the Massage? Medientheoretische Anfragen und Antworten der Rhetorik

1. Rhetorik und Text

Die Rhetorik ist eine kleine Spezialdisziplin, die den Vorzug hat, ein übersichtliches systematisches Untersuchungsfeld und eine spezifische systematische Fragestellung zu besitzen.¹ Der systematische Forschungsgegenstand der Rhetorik sind die mit der Handlungsrolle *Orator* verbundenen human-kommunikativen Probleme, und die Fragestellung ist ausschließlich auf die Erfolgsbedingungen menschlicher Kommunikation gerichtet.² Ganz knapp könnte man als systematisches Programm der Rhetorik auch formulieren: Die Rhetorik untersucht, wie und warum ein Kommunikator effizient und erfolgreich kommunizieren kann. Das Erfolgskriterium wird dabei unter der zentralen rhetorischen Kategorie der Persuasion verhandelt.³

Die theoretisch abstrahierte Handlungsrolle *Orator* bezieht sich auf dessen Handlungen im Rahmen aller erdenklichen Fälle menschlicher symbolischer Interaktion in der sozial-kulturellen Praxis. Die rhetorische Theorie gründet sich seit der Antike auf die Beobachtung der Tätigkeiten von entsprechenden Akteuren auf ganz konkreten kommunikativen Tätigkeitsfeldern, wie etwa dem eines Politikers, der sich und sein Parteiprogramm erfolgreich kommunizieren will, oder eines Unternehmers, der sich selbst innerhalb der eigenen Firma oder sein Produkt auf dem Markt erfolgreich positionieren will.⁴ Die Reihe solcher Akteure ließe sich beliebig fortsetzen. Auf dieser praktischen Ebene stellt sich die Frage, welche Rolle Medien im Planungs- oder sonstigen

¹ Von den historischen Aspekten der Rhetorik, die mit Recht eine große Rolle in Forschung und Lehre spielen, soll hier nicht die Rede sein.

² Unter dem theoretischen Konstrukt *Orator* wird dabei ein auf erfolgreiche Kommunikation eingestellter Kommunikator verstanden.

³ J. Knape: Was ist Rhetorik? Stuttgart 2000; J. Knape: Persuasion. In: Historisches Wörterbuch der Rhetorik 6 (2003), Sp. 874-907.

⁴ Um keine Missverständnisse aufkommen zu lassen, sei angemerkt, dass die Akteure in beiden genannten Fällen natürlich eine professionelle Hilfe zu Rate ziehen können, z.B. einen PR-Fachmann, der für sie die kommunikativen Maßnahmen plant und umsetzt und der damit einen Teil ihrer rhetorischen Handlungsanforderungen (z.B. das rhetorische Kalkül) übernimmt.

Handlungszusammenhang der verschiedenen Oratoren spielen.⁵ Wenn sie eine Rolle spielen, so muss das entsprechende Konsequenzen für die rhetorische Theorie haben.⁶

Schon die klassische Rhetoriktheorie konzentrierte sich systematisch auf jene Probleme, die mit der Erfolg versprechenden Ausarbeitung und Performanz von Äußerungen des kommunikativ Handelnden verbunden sind. In den textlich kodierten Äußerungen des Orators sah man von Anfang an das Hauptinstrument der rhetorischen Intervention. Beim Politiker können solche Äußerungen aus Reden, beim Unternehmer etwa aus Werbetexten bestehen. Dafür hält die Rhetorik seit der Antike ein gestuftes Modell von Produktionsstadien und -operationen bereit, das von kontextbezogenen Vorüberlegungen über das Materialsammeln und -ordnen bis hin zum Ausarbeiten einzelner Formulierungen reicht. Ein wesentlicher Teil der rhetorischen Theorieanstrengungen ist also zunächst einmal auf Fragen der Vertextung gerichtet. Verlangt wird dabei vom geschulten Orator ein reflektiertes Produktionskalkül, das sich auf die geschulte Kompetenz zum Einschätzen der Adressaten und zum Ausschöpfen der Möglichkeiten aller in Betracht kommenden Textsorten stützt. In der Praxis bestehen die Arbeitsschritte hier zunächst aus zielreflektierenden Selektionen und Kombinationen bei den semiotischen Mitteln. Was bei der Wahl bestimmter sprachlicher Mittel sinnvoll, nötig und angemessen erscheint, erforschen insbesondere die Sprach- und Textwissenschaften als Nachbar- und Referenzdisziplinen, die nicht nur in Deutschland durch ausgedehnte und hoch differenzierte linguistische und literaturwissenschaftliche Forschungen hervortreten.⁷ Wenn in das rhetorische Textkalkül auch Bilder einbezogen werden, z.B. im Fall einer Produktwerbung, müssten die Ergebnisse der bei uns in systematischer Hinsicht noch nicht sehr weit entwickelten Bildwissenschaft als Referenzdisziplin herangezogen werden.⁸

⁵ Im rhetorischen Theoriezusammenhang wird damit die von Leschke für „Medienontologien“ festgestellte Ordnung umgekehrt, die darin besteht, dass „die Medien [selbst] zwangsläufig den Protagonisten stellen“. R. Leschke: Einführung in die Medientheorie. München 2003, S. 248.

⁶ Nach der Systematik Werner Faulstichs wären damit die folgenden Überlegungen den „kommunikationstheoretischen Medientheorien“ zuzuschlagen. W. Faulstich: Medium. In: Ders. (Hg.): Grundwissen Medien. München 1998, S. 21-105, hier S. 22.

⁷ Die traditionell und aus ernst zu nehmenden Gründen an ästhetisch überkodierten Texten interessierten Literaturwissenschaften haben sich inzwischen auch längst der pragmatischen Texte angenommen. Verwiesen sei auch auf das insbesondere von Teun A. van Dijk vorangetriebene Projekt einer allgemeinen Textwissenschaft; siehe etwa T. A. van Dijk: Textwissenschaft. Tübingen 1980.

⁸ Ich spreche hier nicht von den historisch arbeitenden Kunstwissenschaften, der Kunstgeschichte usw. Inzwischen bewegt sich einiges auf dem Feld systematischer Bildwissenschaft; siehe K. Sachs-Hombach: Das Bild als kommunikatives Medium. Elemente einer allgemeinen Bildwissenschaft. Köln 2003; J. Knappe: Rhetorik. In: K. Sachs-Hombach (Hg.): Bildwissenschaft. Bildwissenschaften. Frankfurt/M. 2005 [im Druck]; J. Knappe (Hg.): Bildrhetorik. Baden-Baden 2005 [im Druck].

2. Nötige Arbeit am Medienbegriff

Wichtig ist bei diesen knappen Andeutungen, dass die genannten semiotischen Phänomene auf systematischen Theorieebenen angesiedelt sind, bei denen die Medienfrage im Verständnis der damit befassten Disziplinen nicht auftaucht. Es geht insbesondere um die theoretisch zu trennenden, analytischen Ebenen von Kode und Textur. *Kodes* sind die Symbol- und Zeichenvorräte einer Kommunikationsgemeinschaft, einschließlich ihres Verwendungsregelwerks.⁹ Im Sinne eines erweiterten Textbegriffs ist ein *Text* ein begrenzter und geordneter Zeichenkomplex.¹⁰

Was sich im Bereich der Semiotik solcherart auf zwei diskreten theoretischen Ebenen ansiedeln lässt, muss für den rhetorischen Zusammenhang handlungstheoretisch transformiert und in eine produktionstheoretische

⁹ Dabei hat es sich als praktikabel, wenn auch begrifflich nicht ganz befriedigend erwiesen, materiale und informationale Kodes zu unterscheiden: Ein *materieller Kode* ist ein konkreter Vorrat an Symbolen, dessen Einzelelemente im Rahmen von semiotischen Operationen genau definiert und wahrnehmungstheoretisch einem bestimmten Wahrnehmungsbereich zugeordnet sind (optisch etwa die Schrift, akustisch etwa Lautzeichensysteme usw.). Ein *Informationskode* ist ein abstraktes System (eine *langue*), das aus zwei Hauptkomponenten besteht: a) einem begrenzten Vorrat an Zeichen (bedeutungstragenden Einheiten), dessen Einzelelementen in einer Kommunikationsgemeinschaft bestimmte Bedeutungen zugeordnet werden, so dass sie sich für die Textkonstruktion eignen; b) dem für die Textkonstruktion nötigen zeichenorganisierenden Regelwerk (z.B. eine Grammatik). Michael Giesecke arbeitet mit dem „weichen“ bzw. „unscharfen“ Medienbegriff und unterscheidet daher begrifflich „Informations- und Kommunikationsmedien“, also etwa Sprache versus Schrift usw. (M. Giesecke: ‚Volkssprache‘ und ‚Verschriftlichung des Lebens‘ in der frühen Neuzeit. Kulturgeschichte als Informationsgeschichte. In: Ders.: Sinnenwandel, Sprachwandel, Kulturwandel, S. 73-121, hier S. 89). Zu den Kodes generell siehe auch U. Eco: Semiotik: Entwurf einer Theorie der Zeichen. München 1987 (= Supplemente 5), S. 64.

¹⁰ Beim Vorliegen entsprechender Kodes können „Texturen“ in diesem Sinn aus allen möglichen Zeichenarten konstruiert werden. Das in der Definition genannte texttheoretische Differenzkriterium *Begrenzung* kann sich auf textsemantische, performativ-pragmatische oder technische Bedingungen beziehen. Das Kriterium *Ordnung* bezieht sich auf die in einer Kommunikationsgemeinschaft akzeptierten grammatischen und semantisch-pragmatischen Regulative bzw. Textorganisationsprinzipien. Implikaturen des Definitionsbegriffs *Zeichen* sind der Rückgriff auf Kodes, das Vorhandensein von konventionalisierter Bedeutung und das Vorliegen von Kommunikation (symbolischer Interaktion), einschließlich der kommunikativen Absicht eines Kommunikators. Demgegenüber sind andere interpretierbare, aber nicht in kommunikativer Absicht gesendete Phänomene nach Umberto Eco (*Zeichen* 1977) lediglich als *Indices* zu sehen, die keinen Text konstituieren können (Ecos Beispiel für einen *Index*: wenn ein willkürliches Feuer ausbricht und die Feuerwehr den Rauch als Aufforderung zum Ausrücken interpretiert). Der Begriff *Komplex* impliziert unter anderem, dass die Textur zu höher organisierten Bedeutungen kommt als sie sich aus der isolierten Interpretation ihrer Einzelelemente ergeben, dass also im Zusammenhang der Textur die elementaren Einzelbedeutungen der Zeichen zur Generierung neuer Sinneinheiten herangezogen werden. Zum Textbegriff in rhetorischer Hinsicht siehe auch Knappe: Was ist Rhetorik? (Anm. 3), S. 107-135, hier insbesondere auch S. 107.

Betrachtungsweise überführt werden. Der Grund ist in den operativen Anforderungen der rhetorischen Praxis zu suchen. Zur Veranschaulichung sei auf eines der genannten Beispiele verwiesen. Der Unternehmer hat etwa bei seiner Produktwerbung praktische Selektions- und Kombinationsentscheidungen zu den Codes zu treffen: Welcher materiale Kode soll etwa verwendet werden (der akustische Lautkode, oder optische Kodes wie Schriften, Visiotypen, Ornamente oder alles zusammen usw.)? Welcher Informationskode soll verwendet werden (deutsche Standardsprache, ein Dialekt, eine Fremdsprache oder werbewirksame englische Catchwords als Einsprengsel, Bildkodes usw.)? Eine Fülle von Selektions- und Kombinationsentscheidungen sind auch auf Textebene bei der Vertextung zu fällen (welche Textsorte kommt in Betracht, wie soll sie variiert oder angereichert werden, welche Formulierungskriterien sollen gelten, welche Stilmittel sind angemessen oder nötig usw.)?

Alles, was sich hier bei den Texten unter dem Dach der Morris'schen Bereiche Syntax, Semantik und Pragmatik abspielt, wird heute in unterschiedlichen Theoriezusammenhängen erörtert, wobei die genannten Ebenen theoretischer Abstraktion sinnvollerweise diskret gehalten werden. Die sinnvolle Trennung der semiotischen Theorieebenen von Kode und Textur scheinen bei Film und Fernsehen Schwierigkeiten zu bereiten. Bei genauerem Hinsehen erweisen sich die Schwierigkeiten jedoch nicht als theoretisch-systematische, sondern als ein Problem des höheren semiotischen Komplexitätsgrades. Die Produzenten von Filmen konstruieren unter Heranziehung mehrerer Kodes (etwa der Informationskodes Musik, Sprachen, Geräusche, Farben, Bilder) den „Film“ als semiotischen Komplex (Textur) ganz eigener Art;¹¹ in der Konsequenz mit eigenständigen Textsorten und allen entsprechenden Implikaturen.¹² Von Fragen der Filmästhetik, d.h. Fragen der speziell ästhetischen Kodes und ästhetischen Texturregulative ist auf dieser basalen Ebene noch gar keine Rede.¹³ Die Filmästhetik betrifft ein Theoriefeld, das in unserem Zusammenhang keine Rolle spielt. Zur Erforschung der

¹¹ Zur Frage der „intentionalen Steuerungsmöglichkeiten“ von Filmemachern siehe Leschke (Anm. 5), S. 43.

¹² McLuhan äußert sich über das Spezifische des Fernsehens gegenüber dem Film wie folgt: „Die Enttäuschung über das Fernsehen wie auch die Kritik an ihm lassen sich vor allem auf die Unfähigkeit seiner Kritiker zurückführen, es als eine völlig neue Technik zu begreifen, die andere Sinnesreaktionen erfordert. Diese Kritiker bestehen darauf, das Fernsehen bloß als eine heruntergekommene Form der Buchdruck-Technik zu betrachten. Die Kritiker des Fernsehens können nicht begreifen, daß die von ihnen gepriesenen Filme wie ‚The Knack‘, ‚Hard Day’s Night‘ und ‚What’s New Pussycat?‘ beim Massenpublikum durchgefallen wären, wenn dieses Publikum nicht schon zuvor durch die Fernsehwerbung an abrupte Zooms, elliptische Montage ohne Handlungsfaden und schnelle Schnitte gewöhnt worden wäre.“ M. McLuhan, Q. Fiore: Das Medium ist Massage. Koordiniert von Jerome Agel. Frankfurt/M., Berlin, Wien 1969, S. 128; engl. *The Medium is the Massage*. Corte Madera 2001 (1967), S. 128.

¹³ Bei Lektüre mancher Grundlagenwerke zur Medientheorie bekommt man allerdings oft beim Kapitel „Film“ den Eindruck, als gehe es hier vor allem um Filmästhetik.

Filmtexturen hat sich die Filmwissenschaft etabliert, die ihre Arbeit nicht selten auch als „Filmphilologie“ charakterisiert. Diese zunächst befremdlich erscheinende Bezeichnung ist aber insofern doch recht gut getroffen, als mit ihr als Begriffsbestandteil das griechische Wort für Text (*lógos*) aufgerufen ist. Inzwischen gibt es sogar Ansätze zu einer auf die Filmtextur bezogenen „Rhetorik des Films“.¹⁴

Von Medien war bislang nicht die Rede. Die Medientheorie ist neu. Die Rhetoriktheorie ist alt.¹⁵ Sind etwa auch die Medien so neu wie ihre Theorie? Oder gab es sie schon immer, ohne dass man sie für theoriwürdig erachtet hätte? Die Anlage des 2002 von Günter Helmes und Werner Köster herausgegebenen Sammelbands ‚Texte zur Medientheorie‘ scheint eine klare Antwort auf diese Frage zu geben: Medientheorie gibt es seit es unsere Schriftkultur gibt. Der Band beginnt mit dem alttestamentlichen Bilderverbot, zitiert unter anderem einen Abschnitt aus Platon zur „Medienkonkurrenz: Schrift und dialogische Rede“, wie es die Herausgeber nennen, sowie die Überlegungen des Horaz zur „Funktion der Dichtung“.¹⁶ Aufgenommen ist auch ein Kapitel zum Thema „Rhetorik und Gedächtniskunst“ aus Ciceros wichtigster rhetoriktheoretischer Schrift ‚Über den Redner‘ vom Jahre 55 v. Chr. Dieses Kapitel ist sehr viel treffsicherer ausgewählt als die anderen genannten antiken Texte, denn es handelt in der Tat vom Medienproblem.

Seit der Antike beschäftigt sich die Rhetoriktheorie nicht nur mit der Frage, wie der kommunikativ Handelnde mit dem *Text* ein optimales Organon oder Instrument für die Zwecke erfolgreicher Kommunikation konstruieren kann, sondern auch mit der Frage, wie Texte optimal gespeichert, gesendet und performiert werden können. Die Speicherfrage wird im rhetorischen Kapitel zur Gedächtniskunst erörtert, die Performanzfrage im Kapitel über Vortrag und Aufführung. Wie sind diese Zusammenhänge aus rhetoriktheoretischer Sicht einzuordnen und was für Schlussfolgerungen ergeben sich daraus für eine Definition der Kategorie „Medium“?

Schon die antike, handlungstheoretisch orientierte Rhetoriktheorie sah sehr deutlich, dass die für die Produktion des Textes nötigen Operationen in der Praxis von jenen Operationen zu unterscheiden waren, die der Speicherung und Sendung des Textes dienen.¹⁷ Man war sich auch darüber klar,

¹⁴ K. Kanzog: Grundkurs Filmrhetorik. München 2001 (= Diskurs Film 9).

¹⁵ J. Knappe: Allgemeine Rhetorik. Stationen der Theoriegeschichte. Stuttgart 2000.

¹⁶ G. Helmes, W. Köster (Hg.): Texte zur Medientheorie. Stuttgart 2002.

¹⁷ Speichern und Senden sind zwei im Zusammenhang mit Medienfragen durchaus gebräuchliche Begriffe. In der Praxis gibt es technische Medien mit extrem kurzer Speicherzeit. So besteht die Speicherzeit beim Telefon aus jenen Bruchteilen von Sekunden, in denen der ursprünglich akustisch-lautlich kodierte Text in elektronische Signale umkodiert ist. Das Senden besteht aus Operationen, die im Ergebnis dazu führen, dass der Rezipient den Text des Orators dekodieren kann. Man hat nicht ganz zu Unrecht die Frage aufgeworfen, ob ein Computer überhaupt ein Medium ist (Leschke (Anm. 5), S. 56f.). Wenn unter einem Computer eine technische Einrichtung zu verstehen ist, die Texte „natürlicher“ oder künstlicher Sprachen für unterschiedliche Rezipienten zum Dekodieren verfügbar macht, ist auch ein Computer ein Medium.

dass die Theorie für beide Bereiche je eigene Systematisierungs- und Erklärungsanstrengungen verlangte (etwa die nach wie vor gültigen Gedächtnistechniken oder habituelle, mimisch-gestisch-stimmliche Performanztechniken).¹⁸ Daher wurden diese Arbeitsstadien des erfolgsorientierten Orators auch begrifflich deutlich vom texttheoretischen Bereich unterschieden. In der oralen Kultur der Antike sah die Rhetoriktheorie den menschlichen Körper als die maßgebliche Speicher-, Sende- und Performanzeinrichtung an.¹⁹ Die umfangreiche ältere Memoria- und Actio-Literatur befasst sich dementsprechend mit den mentalen und korporal-aktionalen Techniken der Textspeicherung und Textperformanz. Die neuere Rhetoriktheorie hat von deren Einsichten nichts zurückzunehmen, wie ja generell gilt, dass die antiken Theoretiker im Bereich der interpersonalen Kommunikation nach wie vor gültige, auf Grund empirischer Beobachtungen aufgestellte Prinzipien und Regeln formuliert haben. Der Grund dafür liegt auf der Hand: Die Rhetoriktheorie hatte sich damals wie heute in der Praxis zu bewähren. Auf einem ganz anderen Blatt steht natürlich die Frage, wie begrenzt uns heute der theoretische Horizont jener Zeit vorkommt.

Bereits an dieser Stelle lässt sich eine für die Zwecke der Rhetoriktheorie hinreichende Definition der Kategorie „Medium“ formulieren, deren Plausibilität im weiteren Verlauf der Überlegungen zu exponieren ist: *Ein Medium ist eine Einrichtung zur Speicherung und Sendung von Texten.*²⁰ Dabei wird vorausgesetzt, dass die genannte Einrichtung Bestandteil von Kommunikationsprozessen ist und natürlichen oder technischen Ursprungs sein kann.

Diese Definition stellt als *Differentia specifica* des Kommunikationsfaktors *Medium* seine Funktion als Prozessor semiotischer Einheiten (Texte) im Kontrast zum *Text* als dem prozessierten semiotischen Aggregat mit diskreten Informationen heraus.²¹ Man könnte zum besseren Verständnis dieser

¹⁸ J. Knape: Memoria in der älteren rhetoriktheoretischen Tradition. In: LiLi. Zeitschrift für Literaturwissenschaft und Linguistik 27 (1997), H. 105, S. 6-21.

¹⁹ Zum Begriff „Menschmedium“ siehe W. Faulstich: Medienkultur: Vom Begriff zur Geschichte. Werte- und Funktionswandel am Beispiel der Menschmedien. In: U. Saxer (Hg.): Medien-Kulturkommunikation. Opladen 1998, S. 44-54 (= Publizistik. Sonderheft 2).

²⁰ Die jeweilige Beschaffenheit der „Einrichtung“ ist vom historischen Stand der Entwicklung abhängig, muss aber auf jedem Fall der operativen Leistungsanforderung entsprechen, in irgendeiner Form Texte speichern und senden zu können. Man könnte dies nach Bedarf noch sehr viel technischer ausdrücken, indem man sagt, dass mit Hilfe der genannten Einrichtungen Signale gespeichert und gesendet werden, die von Menschen im Kommunikationsprozess als Texte enkodiert bzw. dekodiert werden usw. Ich denke aber, dass es solcher Spezifizierungen hier nicht bedarf, weil dies zu den üblichen Implikaturen in Hinblick auf andere Theoriezusammenhänge gehört.

²¹ Die in der Fachliteratur für „Einzelmedien“ verwendeten Begriffe sind linguistisch gesehen immer Kollektiva oder Abstrakta. Hinsichtlich der genannten theoretischen *Differentia specifica* ist die Frage der physikalischen Beschaffenheit des Mediums (natürlicher Organismus oder technisches Gerät) zu vernachlässigen. Bei der hier vorgenommenen Abgrenzung theoretisch-analytischer Ebenen spielt die rein technische Seite des Geräts in Hinblick auf die in diesem Zusammenhang gewählten Abstraktionskriterien

kategorialen Unterscheidung der theoretischen Ebenen von Text und Medium einerseits von den Oppositionskriterien „semiotisch hoch-informationell“ versus „semiotisch nicht- oder niedrig-informationell“ sprechen oder vielleicht auch sagen: der Text repräsentiert die primäre Information, das Medium ist der „Träger“ dieser Repräsentation. Damit ist zugleich aus rhetorischer Sicht eine Hierarchie impliziert: Die semiotisch-informationelle Ebene des Textes ist kommunikationstheoretisch gesehen die wichtigere, weil sich die mentalen Anschlussoperationen der Kommunikationspartner in erster Linie hierauf beziehen (wir lesen zunächst einmal Texte, nicht Medien). Dementsprechend untersucht auch die so genannte „Medieninhaltsforschung“, ebenso wie die vor allem mit quantitativen Methoden arbeitende sozialwissenschaftliche „Inhaltsanalyse“, Texte, welche technische Medien dimittieren.²² Dabei wird die hochinteressante, noch zu besprechende Frage, ob nicht auch die Medien als Medien jenseits des Textes eine Semantik haben, nicht einmal im Ansatz diskutiert.

Vergegenwärtigen wir uns noch einmal unser Beispiel des Unternehmers, der eine Produktwerbung erfolgreich kommunizieren, d.h. rhetorisch handeln will. Nehmen wir an, dass er zu einem bestimmten Zeitpunkt seinen Werbetext optimal konstruiert hat.²³ Spätestens jetzt, wenn nicht schon vorher, hat sich sein rhetorisches Kalkül auch auf Selektionsentscheidungen bezüglich optimaler Medien zu richten.²⁴ Für seine anstehende Werbekampagne kann er unter diversen „Einrichtungen zur Speicherung und Sendung“ seines feststehenden Textes wählen: Werbezettel, Zeitung oder Radio. Wenn es sich um einen rein sprachlichen Text handelt, kann der Text hier unter Umständen immer derselbe bleiben, während sich die Medien ändern. Entscheidet er sich jedoch für Kino oder Fernsehen als Medien, dann müsste er seinen sprachlichen Text unter Umständen umarbeiten, komplexer machen und zu einem „Film“ oder Fernsehformat ausbauen. Für ihn stellt sich das Medium Fernsehen dann als eine technische „Einrichtung“ dar, mit deren Hilfe er aus seinem inzwischen angefertigten, semiotisch unterkomple-

keine Rolle. Physikalisch gesehen zerfällt etwa beim Film die theoretisch-begrifflich als Einheit gedachte „Einrichtung zur Speicherung und Sendung von Texten“ in diverse Komponenten des technischen Studio-Set-Kamera-Kinotheater-Komplexes. In anderen Theoriezusammenhängen kann die Frage, wie eine solche mediale „Einrichtung“ rein technisch funktioniert, natürlich von größter Relevanz sein. Die Theorieumgebung legt die Abstraktionskriterien fest. Im Zusammenhang eines technisch-informations-theoretischen Ansatzes etwa werden Medien als „Kanäle“ definiert. Vgl. auch den Überblick bei Leschke (Anm. 5), S. 12ff.

²² H. Bonfadelli: Medieninhaltsforschung. Konstanz 2002; W. Wirth u.a. (Hg.): Inhaltsanalyse. Köln 2001.

²³ Dabei hat er bereits mindestens ein Medium als Speicher benutzt: seinen Körper, in dem der Text als mentale Repräsentation vorliegen muss, wenn kein externes Medium ins Spiel gekommen sein sollte.

²⁴ Der Begriff des rhetorischen Kalküls ist auf die Ermittlung optimaler Interventionsmöglichkeiten der Instanz des Orators im Kommunikationsprozess gerichtet. Externe Faktoren werden dabei im ersten Schritt auf ihr Widerstandspotenzial hin geprüft.

xen Drehbuch (nur schriftlich gefasster Sprachtext) eine semiotisch sehr viel höherkomplexe Fernsehstruktur herstellen, speichern und senden kann. In dem von Werner Faulstich herausgegebenen Band ‚Grundwissen Medien‘ werden 16 „Einzelmedien“ vorgestellt, auf die sich das rhetorische Kalkül gegebenenfalls zu beziehen hätte: Theater, Blatt, Brief, Buch, Zeitschrift/Zeitung, Heft/Heftchen, Plakat, Foto, Telefon, Tonträger/Schallplatte/Kassette/CD, Hörfunk, Film, Fernsehen, Video, Multimedia, Computer/Internet/Online-Medien.²⁵

Der solcherart skizzierte, für rhetoriktheoretische Zwecke völlig hinreichende Medienbegriff ist natürlich sehr reduktionistisch. Die Reduktion bringt ihm aber den Vorzug eines höheren Falsifikationsgrades ein. Was gegenwärtig in der Medientheorie an Medienbegriffen gehandelt wird, stellt meiner Meinung nach demgegenüber kein attraktiveres oder eindeutigeres Angebot dar. Zumindest bekommt man diesen Eindruck, wenn man sich Werner Leschkes Überblick über die gegenwärtig in den verschiedenen Zweigen der Medientheorie vorfindlichen „Konstruktionen des Medienbegriffs“ ansieht.²⁶ Auch Leschke selbst hat offenbar keine wirklich klare Vorstellung von der erforderlichen Unterscheidung maßgeblicher analytischer Ebenen. So stellt er etwa fest, Platon habe natürlich noch keinen Medienbegriff gehabt, aber doch „über ein medientheoretisches Problem“ verfügt, „nämlich das der Medienkonkurrenz“, das er „auf dem Wege der Reflexion zu bewältigen“ suchte.²⁷ Nach Leschke lässt sich diese Konkurrenzlage wie folgt ausdrücken: „Es gibt mehrere Medien: mündliche Kommunikation, Malerei und Schrift.“²⁸ Bei einem scharfen McLuhan-Kritiker wie Leschke überrascht diese Formulierung denn doch beträchtlich.²⁹ Die Schrift (Kode), die Malerei (Textur) und die mündliche Kommunikation (Variante der symbolischen Interaktion, bei der diverse theoretische Aspekte ins Spiel kommen) werden hier in einer Weise unter den modernen, bei Platon noch nicht vorkommenden Begriff des Mediums subsumiert, wie wir es eigentlich nur von Marshall McLuhan kennen.

In einem der berühmtesten Abschnitte von ‚Understanding Media‘ (1964) schreibt McLuhan:

„Elektrisches Licht [...] ist gewissermaßen ein Medium ohne Botschaft, wenn es nicht gerade dazu verwendet wird, einen Werbetext Buchstabe um Buchstabe auszustrahlen. Diese für alle Medien charakteristische Tatsache bedeutet, daß der ‚Inhalt‘ jedes Mediums immer ein anderes Medium ist. Der Inhalt der Schrift ist Sprache, genauso wie das geschriebene Wort Inhalt des Buchdrucks ist und der Druck wieder Inhalt des Telegrafens ist. Auf die Frage: ‚Was ist der Inhalt der Spra-

²⁵ Faulstich (Anm. 6), S. 109-451.

²⁶ Leschke (Anm. 5), S. 12-20.

²⁷ In dieser Formulierung steckt offensichtlich ein Vorbehalt, der bei Leschke auch an anderen Stellen hervortritt: Nachdenken („Reflexion“) ist für Leschke keine medienwissenschaftliche Methode.

²⁸ Leschke (Anm. 5), S. 34.

²⁹ Zu Leschkes McLuhan-Kritik siehe die Einleitung zu diesem Band.

che?' muß man antworten: ‚Es ist ein effektiver Denkvorgang, der an sich nicht verbal ist.‘ Ein abstraktes Bild stellt eine direkte Äußerung von schöpferischen Denkvorgängen dar, wie sie etwa in Mustern von Elektronenrechnern erscheinen könnten.“³⁰

Dieses Zitat macht McLuhans völlig indiskreten, aus dem alltäglichen Sprachgebrauch bezogenen Medienbegriff deutlich. Weder das Licht (als bloß technischer Bestandteil von Medien), noch die Sprache (Kode), noch die Schrift (Kode), noch ein abstraktes Bild (Textur) stellen „Einrichtungen zur Speicherung und Sendung von Texten“ dar. Wenn McLuhan vom „Inhalt“ der Medien spricht, dann ist dies in erster Linie der unbeholfene Ausdruck seiner Einsicht, dass wir es mit einer Reihe von Phänomenen zu tun haben, die einerseits für sich beobachtbar sind (daher eigenständiger Gegenstand von Theoriebildung werden können), die andererseits aber doch auch einen engen Zusammenhang bilden.

In der Rhetorik wird dieser Zusammenhang unter der Perspektive des operierenden Kommunikators als hergestellter Zusammenhang, als Ergebnis von gestuften Handlungsvorgängen gesehen, die der Orator nach Maßgabe seines Kalküls vollzieht: Er bedient sich der Kodes, um gewissermaßen aus diesem Baumaterial Texte zu konstruieren und wählt dabei ein Medium, um sie zu prozessieren. Der bei der rhetorischen Mediendefinition hergestellte unauflösbare Konnex zwischen Produzent, Text und dessen Speicher- und Sendeeinrichtung macht den Begriff „Medium“ zu einem Terminus der Kommunikationstheorie im engeren Sinn. Für McLuhan hingegen ist alles, was seiner Meinung nach irgendeine Verbindungen zwischen Menschen herstellt, ein Medium: Licht, Schrift, Sprache, Eisenbahn, Flugzeug, Schießpulver, Geld, Stein, Papier, Rad, Theater, Straßen.³¹

Ein so weit gefasster und letztlich nichts sagender, weil zu indiskreter Medienbegriff ist inzwischen insofern nicht mehr ganz alltäglich, als sich im Sprachgebrauch das Pluralabstraktum „Medien“ heute normalerweise deutlicher auf den Kommunikationssektor im engeren Sinn bezieht. Damit wird der Begriff Medium aber keineswegs klarer, außer dass er regelmäßig den gesamten Komplex moderner Massenkommunikationsmittel aufrufen soll. So etwa auch in dem 1984 in zweiter Auflage erschienenen Sammelband ‚Rhetorical Dimension in Media‘. Einleitend heißt es da: „Today we are bombarded by messages from radio, television, film, newspapers, magazines, and a host of other media which bring with them a ‚rhetoric‘ all their own.“ Wer nun erwartet, dass der umfangreiche Band im weiteren Verlauf die spezifische Rhetorik der Medien („their own“) auf Grundlage eines rhetoriktheoretisch reflektierten Medienbegriffs exponiert („how their rhetorical appeals

³⁰ M. McLuhan: Die magischen Kanäle. „Understanding Media“. Düsseldorf etc. 1992, S. 18 (engl. Understanding Media. The Extensions of Man, 1964).

³¹ McLuhan (Anm. 30), S. 18f., 24, 30f., 36f., 70, 113 und 123f.; zur Kritik an diesem weit ausholenden Medienbegriff siehe D. Kloock, A. Spahr: Medientheorien. München 1997, S. 57.

are structured“, wie es heißt), der wird enttäuscht. Schon die knappe Charakterisierung der Hauptkapitel macht stutzig, weil hier das übliche Sammelsurium aller möglichen Kommunikationskategorien auftaucht („media or genres“?), die sich den unterschiedlichsten analytischen Ebenen zuordnen lassen: „Nine different media or genres are explored: oratory, public campaigns and movements, magazines and newspapers, literary forms, graphic arts, music and song, and, of course, radio, television, and film.“ Wenig später wird dann ganz klar gesagt, worauf letztlich alles nur hinauslaufen soll:

„The authors in this volume each explore an artifact or event – a speech, newspaper story, film, cartoon, television program or genre – for the purpose of suggesting not only how that one artifact or event can be understood, but how other similar ‚texts‘ might be analyzed and evaluated.“³²

Es geht mithin um die gute alte, natürlich keinesfalls zu verachtende rhetorische Textanalyse. Der Titel des Bandes wird entsprechend erläutert: „The second edition of ‚Rhetorical Dimensions in Media‘ continues the exploration of diverse ‚texts‘ that seem to have ‚designs upon an audience‘.“ Warum dann aber überhaupt das Hantieren mit dem so herausgehobenen Begriff „media“? Er scheint offensichtlich deshalb gewählt, weil man sich „of course“ auch mit Texturen aus „radio, television, and film“ auseinandersetzt und damit offenbar Modernität der Fragestellung signalisiert werden kann. Verständlich wird diese unklare Begrifflichkeit, wenn man liest, dass der Gewährsmann in Sachen Medienbegriff McLuhan ist: „McLuhan’s ‚global village‘ is upon us.“

Die Herausgeber des bereits genannten Sammelbandes ‚Texte zur Medientheorie‘ Helmes und Köster grenzen den Medienbegriff im Jahre 2002 natürlich gegenüber McLuhan’scher Weiträumigkeit auf die Kommunikation im engeren Sinne ein, doch möchten auch sie ihrer Auswahl kein zu enges Konzept zu Grunde legen:

„Diese unbotmäßig verkürzende Perspektive verdankt sich verengten Medienbegriffen, die essentiell auf fotochemische, mechanische und/oder elektronische Technologien und die damit verbundenen (Re-)Produktionsmöglichkeiten und -praktiken rekurren.“

In Abgrenzung dazu werde hier

„von einem weiten Medienbegriff ausgegangen. Dieser Medienbegriff umfasst neben technischen Medien, die den angewandten Naturwissenschaften entsprungen sind auch traditionelle Künste wie die Malerei und vormals den Künsten zugehörige Disziplinen wie die Architektur oder die Rhetorik. Außerdem gehören zu einem solchen Medienbegriff auch Bezüge auf Körper, Sinne, Gehirn und Sprache.“³³

³² M. J. Medhurst, T. W. Benson (Hg.): *Rhetorical Dimensions in Media*. Dubuque, Iowa 1984, S. vii-viii.

³³ G. Helmes, W. Köster: Einleitung. In: Dies. (Anm. 16), S. 15-22, hier S. 20.

So einleuchtend die Ausweitung des Medienbegriffs auf Einrichtungen natürlichen Ursprungs ist, so fragwürdig muss es doch sein, Künste und ganze Disziplinen wie Malerei, Architektur oder Rhetorik zu Medien zu erklären. Soweit sollte der „Medienbegriff“ nun doch nicht gestreckt werden.

Eine anders geartete Dehnung erfährt der Medienbegriff bei Werner Faulstich, der „das Medium“ als Metonymie für ein ganzes gesellschaftlich verankertes Subsystem verwenden möchte, um möglichst alle sozialen Querverbindungen, die man inzwischen in der Wissenschaftslandschaft mit dem Medienkomplex verbindet, unter einen Hut zu bringen. In Anlehnung an den Begriff „des“ Mediums bei Ulrich Saxer definiert Faulstich wie folgt: „Ein Medium ist ein institutionalisiertes System um einen organisierten Kommunikationskanal von spezifischem Leistungsvermögen mit gesellschaftlicher Dominanz.“ Er erläutert die in dieser Definition enthaltenen vier „spezifischen Merkmale des Mediums“ wie folgt:

- „(1) ‚Institutionelles System‘ meint eine ausdifferenzierte, in [wohl ‚auf‘] mehrere Bereiche entfallende, auf verschiedenen Ebenen wirkende komplexe Vermittlungseinrichtung, die in das gesellschaftliche Regelsystem eingefügt ist und nur in dieser ‚Umwelt‘, in diesem Kontext von Voraussetzungen, Produktion, Rezeption, Verarbeitung und Auswirkungen, als Prozeß, zureichend begriffen werden kann. (2) ‚Organisierter Kommunikationskanal‘ heißt, daß die Kommunikation zufallsenthothen reguliert und funktionalisiert ist, wobei die Kanalisation zum Beispiel technologisch oder auch anderweitig, etwa kultisch oder rhetorisch, angeregt, begrenzt und gestaltet wird. (3) ‚Spezifisches Leistungsvermögen‘ meint die Besonderheit eines Mediums im Unterschied zu den anderen Medien, bezogen sowohl auf die quantitative und qualitative Potenz und Gesetzmäßigkeit als auch auf die konkrete Sinnhaftigkeit. (4) ‚Gesellschaftliche Dominanz‘ bezieht sich auf die Geschichtlichkeit des Mediums, das als solches und im Verhältnis zu anderen Medien einem permanenten Wandel unterliegt, also entsteht, sich verändert und (als Medium) auch wieder untergeht, und akzentuiert seine wirtschaftlichen, politischen, sozialen und kulturellen Steuerungs- und Orientierungsaufgaben.“³⁴

Die Fragen nach der inneren Konsistenz und begrifflichen Treffsicherheit dieser Definition, die sich insbesondere aus den Erläuterungen (3) und (4) ergeben, können hier nicht im Einzelnen erörtert werden. Die Erläuterungen insgesamt deuten jedenfalls eher darauf hin, dass eine Art Dachkonstruktion für die Forschungsfelder der von Faulstich in den Blick genommenen Medienwissenschaft gefunden werden sollte. Deutlich wird unter (2) etwa auch, dass nur ein Bezug zu modernen technischen Medien hergestellt werden soll. Hervorzuheben ist aber vor allem der in der Definition steckende Kerngedanke des Systems.

Aus Sicht der Rhetorik ist hier eine weitere, theoretisch isolierbare Ebene aufgerufen, der wiederum spezifische Operationen zugeordnet werden können. Es ist die Ebene der in den Kulturen unterschiedlich entwickelten „Me-

³⁴ Faulstich (Anm. 6), S. 27.

diensysteme“. Wir können sagen: *Mediensysteme sind Institutionen, die in einer Gesellschaft die technische Infrastruktur des Medieneinsatzes organisieren.*³⁵

Für den Orator werden die Mediensysteme zum Gegenstand eines eigenen Handlungskalküls, weil sie den Zugang, die Nutzung und das zulässige Leistungspotenzial regulieren.³⁶ Der Unternehmer in unserem Beispiel etwa muss sich die Frage stellen, wie er handeln muss, um für seine Produktwerbung überhaupt Zugang zum Fernsehsystem zu bekommen und das Medium Fernsehen zur Verbreitung seines Werbetextes nutzen zu können. Wenn er sich die Nutzung erkauft oder anderweitig erhandelt hat, muss er außerdem einkalkulieren, dass er nicht beliebig über das ‚Medium‘ verfügen kann, sondern dass das ‚Mediensystem Fernsehen‘ festlegt, unter welchen Einschränkungen der Text gesendet werden kann (Sendezeit, Sendekontext, zulässige Länge und Machart der Filmtextur usw.). Im Extremfall muss er sogar mit Zensur rechnen, was zusätzliche Auswirkung auf die Gestaltung seiner Textur hätte.

Hier ein erstes Fazit: In der Rhetorik diktieren die Anforderungen der Praxis, was theoretischer Reflexion unterworfen werden soll oder nicht bzw.

³⁵ Wobei eine Institution ein juristisch, gewohnheitsrechtlich, politisch oder informell regulierter Sozialverband ist. Als Beispiel verweise ich auf die Erörterungen von Claus Rieder zum Mediensystem „Theaterwesen“ in diesem Band. Mit den damit entwickelten Definitionen von Medium und Mediensystem lässt sich an Ulrich Saxers Unterscheidung der „Kommunikationskanäle, die bestimmte Zeichensysteme transportieren“, und der Medien-„Organisationen“ als „zweckgerichteten und zweckerfüllenden Sozialsystemen“ anschließen. U. Saxon: Der Forschungsgegenstand der Medienwissenschaft. In: J.-F. Leonhard, H.-W. Ludwig, D. Schwarze, E. Straßner (Hg.): Medienwissenschaft. Bd. 1. Berlin 1999 (= Handbücher zur Sprach- und Kommunikationswissenschaft 15,1), S. 1-14, hier S. 5f.

³⁶ Man könnte folgende Tabelle mit einigen ausgewählten Elementen aufstellen, die natürlich dem jeweiligen historischen Entwicklungsstand einer Epoche, einer Kultur oder eines Landes anzupassen wäre:

<i>Texturen</i>	<i>Medien</i>	<i>Mediensysteme</i>
Theaterstücke	Theater	Theaterwesen
diverse Textsorten (Schrift- und Bildtexturen)	Buch, Zeitung usw.	Verlags- und Pressewesen
Bilder (Gemälde, Zeichnung, Fotographie usw.)	Maler-Leinwand, Holztafel, Zeichen- blatt, Foto usw.	„Kunstsystem“, Fotoindustrie usw.
Filme	Kino	Filmindustrie
Texturen diverser Fernsehformate	Fernsehen	Fernsehsystem
Bildschirmtexte	Online-Medien	Internet

anderen überlassen wird. Eigentlich ist das nichts Ungewöhnliches. Bei den praktischen Operationen des Orators wurde die Arbeit am Text schon in der Antike von der Arbeit an der Performanz des Textes unterschieden, mit entsprechenden Konsequenzen für die Systematik der Rhetoriktheorie. Dabei tauchte der moderne Begriff „Medium“ natürlich noch nicht auf, war aber sachlich bereits in Form des natürlichen Mediums ‚Körper in der Aufführungssituation‘ Verhandlungsgegenstand. Für die Belange der Rhetoriktheorie lässt sich mit dem Begriff Medium nur vernünftig arbeiten, wenn er in eine Differenz zu den analytischen Ebenen von Kode, Text und Mediensystem gebracht wird. Die Toleranz, die sich die Medienwissenschaft regelmäßig in Hinblick auf das Durcheinander bei ihren Zentralkategorien gestattet, bringt die Rhetorik nicht weiter. Für ihre Zwecke ist die hier vorgeschlagene systematische Abgrenzung ausreichend.

3. *Extensions of some human faculty* oder: Medien als Bestandteil kommunikativer Settings

Zu den aufsehenerregendsten Theoremen Marshall McLuhans avancierte seine Feststellung, alle technischen Mittel, die die Menschen erfinden, um untereinander eine Verbindung herzustellen und die daher seiner Meinung nach „Medien“ genannt werden können, seien in ihrer Konsequenz „Ausweitungen des Menschen“: das Rad, das Geld, das Schießpulver, die Eisenbahn, die Kleidung oder das Buch. McLuhan nennt dies in ‚*Understanding Media*‘ gar das „Leitmotiv dieses Buches“.³⁷ Es ist ganz offensichtlich, dass es sich bei McLuhans Überlegungen zu diesem Problem vorrangig um anthropologische und kommunikationstheoretische Erörterungen zu den Technikfolgen handelt. Er fragt, was die Erfindungen des Menschen für ihn in seinem Lebensvollzug bedeuten. Seine Antwort lautet: Die Technik ist eine Ausweitung unserer Sinne (wir können z.B. mit Hilfe der Technik Dinge zeitgleich auf anderen Kontinenten wahrnehmen) und unserer Handlungsmöglichkeiten (wir können z.B. mit technischen Geräten über Zeit und Raum hinweg handelnd in Prozesse eingreifen). Man kann zu McLuhans Extensions-These stehen wie man will, auf jeden Fall problematisiert sie die Rolle der technischen Medien in menschlichen Interaktionszusammenhängen, insbesondere in der Kommunikation, wiederum anthropologisch vor dem Hintergrund der ursprünglich-biologischen Begrenztheit des Menschen.

Wenn sich die Rhetorik der Extensions-These zuwendet, muss sie unter ihrer Perspektive fragen, wie sich die damit aufgeworfene Problematik des Medieneinsatzes handlungs- bzw. oratortheoretisch darstellt. Systematisch ist damit der Bereich des rhetorischen Settings aufgerufen. Das antizipierende, auf zukünftige Interventionsmöglichkeiten gerichtete Kalkül des Orators hat auf dieser Ebene all jene Bedingungen, insbesondere all jene Widerstände

³⁷ McLuhan (Anm. 30), S. 109.

zu reflektieren, die die Kommunikationsumgebung (*communication environment*) betreffen. Die klassische Rhetoriktheorie ging dabei von einem Basis-Setting aus, auf das sich all ihre Überlegungen konzentrierten: die kommunikative *Situation*.³⁸ Dabei wird vorausgesetzt, dass alle Kommunikationspartner sich in einer auf einen Ort konzentrierten *Face to face*-Beziehung befinden. Die moderne Rhetoriktheorie muss demgegenüber ein zweites Basis-Setting abstrahieren, um der Entwicklung der Kommunikationsbedingungen Rechnung zu tragen. Es handelt sich dabei um die situationsüberschreitende Kommunikation, für die sich der Begriff der *Dimission* anbietet.³⁹ Der positive Effekt besteht bei der *Dimission* für den Orator darin, dass sein Text per situationsüberschreitender Distanzkommunikation mit Hilfe externer Medien (Bote, Brief, Online-Medien usw.) über Raum und Zeit hinweg gesendet werden kann, ohne dass er selbst noch bei diesem Teil des Kommunikationsprozesses als Speicher und Sender operativ tätig sein muss. Die kommunikative Instanz Orator bleibt der „Absender“, gibt aber in der *Dimission* an einem bestimmten Punkt des Kommunikationsprozesses die Medialisierung an einen externen Prozessor ab.⁴⁰

Die kategoriale Unterscheidung von kommunikativer *Situation* und *Dimission* bezieht sich zunächst einmal auf den praktischen Gegensatz von Anwesenheit und Abwesenheit des Orators, genauer gesagt: auf die praktische Alternative, ob sein Körper in der Kommunikation als Medium fungiert oder nicht.⁴¹ Rhetoriktheoretisch formuliert resultiert die Differenz zwischen beiden Basis-Settings daraus, dass aus der Perspektive der kommunikativen Instanz des Orators in der situativen Kommunikation ein internes Medium (der eigene Körper)⁴² den Text prozessiert, in der dimissiven Kommunikation hingegen ein externes Medium im Verbund mit dem zugehörigen Mediensystem. Daraus ergeben sich für die rhetorisch kalkulierende und handelnde Instanz unterschiedliche Bündel von Operationen bzw. Handlungskomple-

³⁸ Lat. *situs* = die Lage vor Ort.

³⁹ Lat. *dimittere* = schicken, aussenden; mlat. *missiva* = der Brief.

⁴⁰ Dass dabei in der Praxis oft ganze Agenturen (verschiedenster Art und Komplexität) einbezogen werden, ist für das abstrakte Grundmodell ohne Belang.

⁴¹ Die von dem Linguisten Konrad Ehlich vorgeschlagene Lösung, bei der *Dimission* lediglich von einer Situationszerdehnung zu sprechen, ist aus rhetorischer Sicht nicht angemessen. K. Ehlich: Text und sprachliches Handeln. Die Entstehung von Texten aus dem Bedürfnis nach Überlieferung. In: A. Assmann u.a. (Hg.): Schrift und Bild, München 1983 (= Beiträge zur Archäologie der literarischen Kommunikation, Bd. 1).

⁴² Von eventuell benutzten Hilfsmitteln, z.B. einem Blatt Papier zum Ablesen, braucht auf dieser Abstraktionsstufe nicht die Rede zu sein, weil sie im situativen Kommunikationsvorgang die oben genannten Definitionskriterien für ein Medium faktisch nicht vollständig erfüllen und die Autokommunikation hier ausgeklammert wird. Prinzipiell könnte man sich aber in Hinsicht auf den Einsatz potenzieller externer Medien in situativen Kommunikationen (denen hier aus Sicht des Orators nur der Status von Hilfsmitteln zugestanden wird) auch noch andere theoretische Modelle vorstellen.

In der Praxis gibt es inzwischen situative Settings, in die dimissive Elemente integriert werden, z.B. wenn der Orator zwar anwesend ist, aber seinen Text von einem technischen Medium prozessieren lässt. Ist damit ein Mischtyp entstanden?

nen. Entscheidend wird bei jedem auf die Phase der Dimission bezogenen rhetorischen Kalkül, dass die externen Medien und Mediensysteme einen zusätzlichen Widerstandsfaktor neuer Qualität darstellen, dessen Bewältigung in der „Situation“ nicht gefordert ist.⁴³

Wenn wir, um bei unserem Beispiel zu bleiben, von einem heute vielleicht nur noch schwer zu findenden Unternehmer ausgehen, der daran gewöhnt ist, sein Produkt selbst mündlich auf dem Marktplatz in situativer Kommunikation anzupreisen, so bedeutet es für ihn einen qualitativen Sprung, wenn er beschließen sollte, zur Rundfunkwerbung überzugehen. Mediale Extension bedeutet für ihn, der Kommunikation seines Werbetextes potenziell eine neue Dimension in Raum und Zeit erschließen zu können (große Reichweiten, neue Zielgruppen usw.). Zugleich bedeutet sie aber auch eine neue Dimension für sein antizipatorisches Kommunikationskalkül. Er muss jetzt den ganzen Komplex externer Medien und Mediensysteme ins operative Kalkül einbeziehen. Als besonders widerständig tritt jetzt der mediale Kontrollverlust in Erscheinung. Wenn der Orator in situativer Kommunikation im Idealfall seinen Körper bei der Aufführung seines Werbetextes (stimmlich, gestisch, mimisch) kontrollieren konnte, so zwingen ihm in der Dimission die externen Medien und Mediensysteme ihre aus eigenen Struktur determinierten resultierenden Bedingungen auf. Unter Umständen behält er nicht einmal mehr die volle Verfügungsgewalt über Form und Inhalt seines Textes, weil ihm das externe Medium bestimmte Auflagen macht. Als Widerstandsfaktor ist dabei nicht nur an die Gesetze zu denken, denen die Agenten der Mediensysteme ihrerseits (mit entsprechenden Auswirkungen auf die Texte des Orators) folgen, sondern auch an die Zwänge der technischen Bedingungen der Medien.

4. *Hot and cold* oder: Der Text unter dem Strukturdruck des Mediums

Aufmerksamkeit erregte Marshall McLuhans auf diese technischen Struktur determinanten bezogene Unterscheidung von heißen und kalten Medien:

„Es gibt ein Grundprinzip, nach dem sich ein ‚heißes‘ Medium, wie etwa das Radio, von einem ‚kühlen‘, wie dem Fernsehen, unterscheidet. Ein ‚heißes‘ Medium ist eines, das nur einen der Sinne allein erweitert, und zwar bis etwas ‚detailreich‘ ist. Detailreichtum ist der Zustand, viele Daten oder Einzelheiten aufzuweisen. Eine Fotografie ist optisch ‚detailreich‘. Eine Karikatur ist ‚detailarm‘, und zwar einfach, weil wenig optisches Informationsmaterial zur Verfügung steht. Das Telefon ist ein kühles Medium oder ein detailarmes, weil das Ohr nur eine dürftige Summe von Informationen bekommt. Und die Sprache ist ein kühles, in geringem Maße definiertes Medium, weil so wenig geboten wird und so viel vom Zuhörer ergänzt werden muß. Andererseits fordern heiße Medien vom Publikum eine

⁴³ Zum Begriff des rhetorischen Widerstands siehe Knappe: Was ist Rhetorik? (Anm. 3), S. 58-63.

geringe Beteiligung oder Vervollständigung. Heiße Medien verlangen daher nur in geringem Maße persönliche Beteiligung, aber kühle Medien in hohem Grade persönliche Beteiligung oder Vervollständigung durch das Publikum.“⁴⁴

McLuhan verfolgt diese eigenartige Idee des Gegensatzes von heißen und kalten Medien seitenlang in windungsreichen Assoziationsketten weiter bis hin zu bizarren Verästelungen, wie etwa den Behauptungen, dass es medial heiße und kalte Präsidentschaftskandidaten, heiße und kalte Kulturen gebe oder dass Frauen mit Lesebrille *hot*, Frauen mit Sonnenbrille hingegen *cold* seien. Auch Universitätsvorlesungen sind danach heiß, wohingegen Seminarveranstaltungen medial kalt sind. Das braucht hier nicht weiter im Einzelnen erörtert werden. Für unsere weiteren Überlegungen reicht das obige Zitat aus.

McLuhan stellt die „heißen Medien“ Radio und Fotografie den „kalten Medien“ Telefon bzw. Fernsehen und Karikatur gegenüber.⁴⁵ Zur Unterscheidung gibt er drei Kriterien an: (1) Erweiterung nur eines Sinnes, (2) Detailreichtum und (3) erhöhte Ergänzungsaktivität bzw. erhöhter Zwang zu persönlicher Beteiligung oder Vervollständigung. Wenn wir dies mit Hilfe unserer oben eingeführten Kategorien genauer analysieren, dann ergibt sich Folgendes: Das erste Kriterium der Sinneserweiterung betrifft den Medieneinsatz in der kommunikativen Interaktion gemäß der bereits erörterten Extensionsthese und lässt sich in der Tat auf Medien im strengen Sinne wie Radio, Fernsehen und Telefon beziehen. Die meisten der im Zitat genannten Medien kommen als Prozessoren von Texten in der Dimission in Betracht. Nach McLuhan sind sie heiß, wenn sie nur einen einzigen Sinn „erweitern“, das heißt nach unserem Verständnis, wenn sie technisch so eingerichtet sind, dass sie operativ lediglich an einen einzigen der Wahrnehmungssinne des Menschen anschließen, d.h. ausschließlich an den akustischen Sinn beim Radio, ausschließlich an den optischen Sinn beim Foto. Nach diesem Kriterium müssten Kino und Fernsehen immer kalt bleiben, weil sie technisch in der Lage sind, operativ an mindestens zwei Sinne, den akustischen und optischen Sinn des Menschen, zugleich anzuschließen (Tonfilm). Nach diesem Kriterium müsste dann aber eigentlich das Telefon „heiß“ sein, denn es bedient nur einen einzigen Sinn, weil es rein akustisch arbeitet. Man kann mit

⁴⁴ McLuhan (Anm. 30), S. 35.

⁴⁵ Auf die in obigem Zitat ebenfalls enthaltene Behauptung McLuhans, dass auch „die Sprache“ (von ihm nicht als Kode, sondern natürlich auch als Medium identifiziert) ebenfalls „kalt“ sei, gehe ich hier nicht näher ein. Systematisch könnte sich McLuhan auf das Problem der Leistungsfähigkeit so genannter „natürlicher“ Sprachen als Informatioskodes beziehen. Sein diffuser Medienbegriff vernebelt dies allerdings. Ich vermute, dass er schriftkodierte sprachliche Texte (insbesondere hoch ästhetisierte und daher mit vielen Leerstellen versehene) meint, die aufgrund der schriftkodebedingten Reduktion sprachlicher Ereignisse auf die eine, optische Linearität eine extreme Verarmung dessen bedeuten, was ein Sprech-Ereignis sein kann.

dem Medium Telefon anstellen, was man will, als solches wird es nie auch ‚optische Texte‘ liefern.⁴⁶

Nach unseren Kategorien fällt die von McLuhan als kaltes „Medium“ genannte „Karikatur“ systematisch heraus, weil sie für uns als Textur, nicht als Medium zu gelten hat.⁴⁷

Damit sind wir beim zweiten McLuhan-Kriterium, dem des informationellen Detailreichtums bzw. der Detailarmut. Dieses Kriterium kann sich selbstverständlich nur auf Texturen beziehen, nicht auf Medien. Jetzt wird deutlich, dass McLuhan unter „Fotografie“ die fotografische Textur, nicht das Medium Foto meint.⁴⁸ Nach McLuhan gilt für derartige „heiße Medien“ (sprich: Texte) als Merkmal, wie wir uns erinnern: „Detailreichtum ist der Zustand, viele Daten oder Einzelheiten aufzuweisen. Eine Fotografie ist optisch ‚detailreich‘. Eine Karikatur ist ‚detailarm‘, und zwar einfach, weil wenig optisches Informationsmaterial zur Verfügung steht.“

Mit dem dritten Kriterium der Ergänzungsaktivität wechselt McLuhan neuerlich zu einer anderen analytischen, zur handlungstheoretischen Ebene. Jetzt spricht er davon, welche Operationen der Rezipient beim Dekodieren des Textes ausführen muss. „Kalte“ Texturen, wie wir sagen würden, verlangen „in hohem Grade persönliche Beteiligung oder Vervollständigung durch das Publikum“. Bei heißen Texturen gibt es demgegenüber einen geringeren Aktivitätsfaktor auf Rezipientenseite.

Die Erläuterung des zweiten Kriteriums wirft neben einigen anderen auch die Frage auf, auf welchem Theoriefeld sich McLuhan hier eigentlich bewegt. In seiner Formulierung scheint er von einem wahrnehmungstheoretischen Problem zu sprechen. Er spricht davon, dass die meist aus wenigen Zeichenstrichen bestehende Karikatur rein quantitativ weniger „optisches Informationsmaterial“ als eine Fotografie für die Wahrnehmung bereitstelle. Daraus soll sich dann die mit dem dritten Kriterium angesprochene erhöhte Vervollständigungsaktivität ergeben. Leider ist man bei der Interpretation dieser Stelle auf Vermutungen bezüglich der Frage angewiesen, was unter optischem „Informationsmaterial“ zu verstehen ist. Mit hoher Wahrscheinlichkeit unterliegt McLuhan hier der auch bei anderen Theoretikern häufig anzutreffenden Verwechslung der wahrnehmungstheoretischen mit der zeichentheoretischen Ebene.⁴⁹ Die Abstraktionen auf der semiotischen Ebene gehen von ganz anderen Prämissen aus. Der genannte Zwang zu erhöhter Vervollständigungsaktivität ergibt sich aus dem Bemühen, beim Dekodieren Bedeutungslücken zu füllen. Bedeutungslücken aber sind kein wahrnehmungsthe-

⁴⁶ Ein „Bildtelefon“ wäre demgegenüber ein neues Medium.

⁴⁷ Medium wäre das Zeichenblatt oder der Druck etc., der die Karikatur bei der Dimission „trägt“.

⁴⁸ „Foto“ soll hier begrifflich für das Medium stehen, während zur Unterscheidung die „Fotografie“ für die fotografische Textur stehen soll.

⁴⁹ Man könnte zur Verdeutlichung der Differenz zwischen beiden Ebenen sagen: Die Reaktionen der Rezipienten beziehen sich im einen Fall nicht auf die Interpretation von Kodes (nicht-kodiert), im anderen Fall auf die Interpretation von Kodes (kodiert).

oretisches Problem, sondern ein zeichentheoretisches, also bildgrammatisches bzw. bildsemantisches. Es handelt sich dabei um Fragen der Semantik bzw. Textbedeutung, die von ihrem Theoriezusammenhang her nichts mit den theoretischen Fragen der Wahrnehmung zu tun haben.⁵⁰ Texturtheoretisch gesehen ist die Karikatur eine Bildgattung, deren Regelwerk einen extremen Zeichenreduktionismus vorsieht, ja vorschreibt. Es gehört zum Proprium der Bildtextgattung „Karikatur“, die Kunst des optischen Lückentexts oder generell einer bestimmten Art devianten Zeichengebrauchs zu kultivieren. Ob das dann als heiß oder kalt im Sinne McLuhans zu gelten hat, braucht hier nicht weiter diskutiert werden.

Vom Standpunkt der Rhetoriktheorie aus erkennen wir in McLuhans Heiß-und-Kalt-Theorem die interessante, wenn auch von ihm in inkonsistenter Weise abgehandelte Frage: Determiniert das Medium den Text? Diese Frage ist für den Orator in produktionstheoretischer Hinsicht sehr wichtig, bedeutet sie doch, dass er gegebenenfalls a) seinen Text in Hinblick auf die spezifischen performativen Möglichkeiten des Mediums einrichten muss oder b) kompensatorische Strategien beim Text vorzusehen hat, um performanzbedingte, beeinträchtigende Mängel oder Eigentümlichkeiten des Mediums, die die Textsemantik gefährden könnten, auszugleichen. In jedem Fall ist davon auszugehen, dass die Medien entweder je eigene Texturformate bedingen oder aber den Texten spezifische Merkmale abverlangen, was für das oratorische Kalkül und die oratorische Produktionstätigkeit sehr wichtig ist.

McLuhan spricht davon, dass beim Telefon „das Ohr nur eine dürftige Summe von Informationen bekommt“ (Information hier offensichtlich wiederum als Wahrnehmungsmaterial verstanden). Auch beim Fernsehen war zu McLuhans Zeit der Grad der Bildauflösung noch sehr niedrig, oft war das Bild auch durch schlechte Antennenanlagen in der Wahrnehmungsqualität beeinträchtigt. Wir müssen davon ausgehen, dass solche Beobachtungen hinter seinen Überlegungen stecken. Was bedeutet dieser technisch strukturelle Einfluss? Texttheoretisch gesehen bedeutet er zunächst einmal nichts. Der gesendete Text meines Telefongesprächs ist als „Text“ was er ist, egal wie schlecht die vom performierenden Medium abhängige Ton- bzw. Wahrnehmungsqualität ist.⁵¹ Zeichentheoretisch gesehen ändert das Rauschen der Medien am Text nichts. Der Spielfilm, den die Flimmerkiste eines technisch unterentwickelten Fernsehens in den 1950er Jahren mit schwacher Bildqualität sendete, blieb texttheoretisch gesehen jederzeit dieselbe Filmtextur. Wenn der antizipatorisch kalkulierende und produzierende Orator weiß, dass das Medium für seine Textur schlechte Wahrnehmungsbedingungen bereithält,

⁵⁰ Der praktische Zusammenhang, um den es hier aber nicht geht, besteht in der Vorgängigkeit der Wahrnehmung beim Dekodierungsvorgang.

⁵¹ Bei einem „Echtzeitmedium“ wie dem Telefon hat als Text (im Sinne eines analysierbaren Aggregats) alles zu gelten, was sich für den Zeitraum der Kommunikation an Zeichen notieren lässt, etwa mit Hilfe einer Tonaufnahme. Text wird hier abstrahiert als eine Zeichenkonfiguration im Sinne der oben genannten Textdefinition.

muss er unter Umständen Eingriffe in den Text vornehmen, um erwartbaren Informationsverlusten oder Missdeutungen entgegenzutreten. Wenn etwa zu erwarten ist, dass die Bildwahrnehmungsqualität bei der Dimission eines Filmtextes schlecht ist, muss er vielleicht auf akustischer Ebene mehr Information bieten, um gegenzusteuern.

Die genannten, medienbedingten Wahrnehmungseffekte, all die möglichen Beeinträchtigungen und Schädigungen der „Wahrnehmung“ von Texten sind für den Orator – auf Ebene des Performanzkomplexes – ein Problem ersten Ranges. Als der berühmteste antike Redner, Demosthenes, gefragt wurde, was für ihn das Wichtigste auf dem Gebiet der Rhetorik sei, sagte er nur drei Worte: „Die Performanz, die Performanz, die Performanz“ (*actio, actio, actio*).⁵² Das soll heißen, der Text kann als Text noch so ausgeklügelt sein; wenn das für die situative oder dimissive Kommunikation gewählte Medium die Wahrnehmung des Textes aufgrund seiner Beschaffenheit oder aufgrund technischer Mängel beeinträchtigt, kann das ganze rhetorische Kommunikationsunternehmen gefährdet sein. Die technischen bzw. strukturalen Determinationen der „Einrichtungen zum Speichern und Senden von Texten“ sind mithin ein zentraler Gegenstand des rhetorischen Kalküls. Der Orator kann ihre Vorzüge für das erfolgreiche Kommunizieren seines Textes nutzen, aber er muss auch um ihre Strukturgrenzen wissen, um gegebenenfalls ausgleichende textuelle bzw. kommunikative Maßnahmen zu ergreifen. Unser Beispielunternehmer wird sich also z.B. überlegen, ob er die lediglich auf akustischer Wahrnehmungsbasis mögliche Radiowerbung durch eine Werbemaßnahme in den optischen Printmedien ergänzt.

5. *The Medium is the Message* oder: Gibt es eine Mediensemantik?

Seinen zweifellos berühmtesten Satz „The Medium is the Message“ erläutert Marshall McLuhan in einer für ihn typischen Weise, die nicht unbedingt und ohne weiteres zu dessen besserem Verständnis beiträgt. Der Satz solle eigentlich nur heißen, schreibt er zunächst,

„daß die persönlichen und sozialen Auswirkungen jedes Mediums – das heißt jeder Ausweitung unserer eigenen Person – sich aus dem neuen Maßstab ergeben, der durch jede Ausweitung unserer Person oder durch jede Technik eingeführt wird.“⁵³

Was soll das heißen? McLuhan unternimmt an anderer Stelle einen weiteren Erklärungsversuch. Wenn er über den Film spricht, erläutert er den *Message*-Satz wie folgt:

„Der Film brachte uns, durch bloße Beschleunigung der Mechanik, von der Welt der Folge und Verbindung zur Welt der schöpferischen Gestalt und Struktur. Die Botschaft des Mediums Film ist die des Übergangs von linearer Verbindung zur

⁵² Cicero: Brutus 38, 142.

⁵³ McLuhan (Anm. 30), S. 17.

Gestalt. Es ist der Übergang, der zu der nun vollkommen richtigen Bemerkung geführt hat: ‚Wenn es funktioniert, ist es überholt.‘ Wenn die elektrische Geschwindigkeit noch mehr von den mechanischen Filmsequenzen übernimmt, werden die Kraftlinien in Strukturen und Medien laut und deutlich. Wir kehren zur allumfassenden Form des Bildsymbols zurück.“

Diese Sätze werden nur verständlich, wenn man sich den ganzen McLuhan’schen Denkhintergrund vergegenwärtigt. McLuhan geht davon aus, dass das Medium Kino als technische Einrichtung (wie wir sie verstehen) etwas absolut Neues in die Welt brachte.⁵⁴ Nach unserer Nomenklatur wäre es die in der Tat historisch absolut neue Texturgattung „Film“ (bewegte Bilder in Echtzeit, kombiniert mit Echtzeitsound). An die daran geknüpften völlig neuen Wahrnehmungs- und Dekodierungserlebnisse der Zuschauer knüpft sich für McLuhan eine neue Bewusstseinsform. Sie leitet sich von einem neuen Kode her, wie Vilém Flusser sagt, der den indiskreten Medienbegriff seines Meisters McLuhan präzisiert. Der alte lineare Schriftkode der Gutenberg-Galaxis prägte eine Interpretations- und Bewusstseinsform von Generationen, die die Welt als „Welt der Folge und Verbindung“ sah. Der neue „Technobildkode“ des Films (wie ihn Flusser nennt, während McLuhan immer nur von „Medien“ redet) hingegen lässt jetzt die Menschen der neuen Turing-Galaxis die Welt als „Welt der schöpferischen Gestalt und Struktur“ sehen. Daher sagt McLuhan: „Die Botschaft des Mediums Film [gemeint ist der „Technokode“ der Filmtextur] ist die des Übergangs von linearer Verbindung [= schriftgeprägt] zur Gestalt [= technobildgeprägt].“ Wenn er schließlich sagt: „Wir kehren zur allumfassenden Form des Bildsymbols zurück“, dann rekurriert er damit auf seine Vorstellung einer historischen Abfolge von bewusstseinsprägenden Masterkodes, die sich bei Flusser als epochale Entwicklung vom Bildkode über den Schriftkode hin zu unsere Epoche nunmehr prägenden Technobildkode darstellt.⁵⁵ Interessant ist, dass McLuhan auch hier offensichtlich (man kann sich da nie völlig sicher sein) auf die wahrnehmungstheoretische Ebene zielt, letztlich nicht auf die texttheoretische. Ihm geht es um die Wahrnehmungserlebnisse von „Beschleunigung“ und „Geschwindigkeit“, die der Betrachter jenseits des eigentlichen Textes als „Botschaft“ vom Kino mitnimmt, und denen man bewusstseinsprägende Kraft zuzuschreiben hat.

Es gehört zu den Inkonsistenzen McLuhans, dass er im Fortgang seiner Überlegungen auf die Malerei des Kubismus und damit wiederum auf Kodes (diesmal ästhetische) und Texturen zu sprechen kommt. Von der Leinwand als Medium der Malerei (in unserem Sinne) ist dabei nicht in der eigentlich nötigen Weise die Rede. Insgesamt kann man bei seinen Ausführungen zum *Message-Satz* aber doch eine Tendenz zu Überlegungen feststellen, die sich

⁵⁴ Vgl. zum Gedanken der völligen Neuartigkeit des Films Leschke (Anm. 5), S. 76.

⁵⁵ J. Knape: Die kodierte Welt. Bild, Schrift und Technobild bei Vilém Flusser. In: Perspektiven der Buch- und Kommunikationskultur, hrsg. von J. Knape, H.-A. Riethmüller. Tübingen 2000, S. 1-18; für Flusser allerdings ist es keine Rückkehr zum alten Bildkode, sondern der Technobildkode stellt einen qualitativen Sprung dar.

unserem harten Medienbegriff annähern. Etwa wenn er bemerkt, „der ‚Inhalt‘ jedes Mediums [womit er den Text einschließlich der bei ihm verwendeten Kodes meint]“ mache die meisten Analytiker „der Wesensart des Mediums gegenüber blind“.⁵⁶ Das kann man wiederum wegen seiner undeutlichen Begrifflichkeit kritisieren, doch gibt es die wichtige Anregung, sich die Medien als Medien jenseits des Textes genauer anzusehen. Zumindest hat dies auch McLuhans scharfer Kritiker Hans Magnus Enzensberger 1970 so verstanden. War es das Missverständnis eines Kritikers, der in McLuhan möglicherweise zu Unrecht einen ideologischen Widersacher ersten Grades sah? Für den Logiker Enzensberger jedenfalls ist klar, dass es sinnvollerweise keine Identität, sondern eine Differenz zwischen Medium und Text geben muss, mit entsprechenden Konsequenzen. Er formuliert seine Kritik am *Message*-Satz wie folgt:

„Trotz seiner provozierenden Idiotie verrät er mehr, als sein Urheber weiß. Er stellt den tautologischen Zug der Medienmystik auf das Genaueste bloß: das einzig Bemerkenswerte am Fernsehgerät wäre ihm zufolge der Umstand, daß es läuft; eine These, die angesichts der amerikanischen Programme allerdings etwas Verführerisches hat.“⁵⁷

In seiner ‚Einführung in die Medientheorie‘ kontaminiert Rainer Leschke bei seinem Kommentar zum McLuhan/Enzensberger-Dissenz die Kategorien Medium und Mediensystem in einer Weise, wie es zumindest bei McLuhan nicht gemeint sein kann (Enzensberger spricht hier nur vom „Fernsehgerät“). McLuhan liege weniger daran, heißt es da, „die Selbstreflexivität und Suisuffizienz des Mediensystems“ zu demonstrieren, vielmehr gehe es um „die Umstellung der medienwissenschaftlichen Reflexion von der Inhaltsorientierung auf das Interesse an den Strukturen des Mediensystems, das trotz Enzensbergers Kritik medienwissenschaftliche Bedeutung erlangen sollte“. Wichtig ist eine sich daran anschließende Feststellung Leschkes, die vom Anregungspotenzial McLuhans zeugt, auch wenn man bei einem Begriff wie „Form“ des Mediums ins Grübeln kommen mag:⁵⁸

„Denn wenn das Medium selbst die Botschaft ist, dann geschieht das unabhängig von seinem potentiellen Inhalt. Medienwissenschaftlich relevant ist so vor allem die Form des Mediums und wenigstens in dieser Hinsicht sind sich McLuhan und Enzensberger näher, als letzterer es vielleicht zugeben mag, geht doch gerade auch Enzensberger bei der Analyse medialer Interaktivität von der Form des Mediums

⁵⁶ McLuhan (Anm. 30), S. 19.

⁵⁷ H. M. Enzensberger: Baukasten zu einer Theorie der Medien. In: Kursbuch 20 (1970), März-Heft, S. 159-186, hier S. 178; Auszug bei Leschke (Anm. 5), S. 253f.

⁵⁸ Leschke greift auch an anderer Stelle McLuhans undifferenzierten Inhaltsbegriff auf. Hier setzt er ihm auch dessen nicht näher erläuterte Kategorie „Form des Mediums“ entgegen. Leschke (Anm. 5), S. 254.

– z.B. bei der Opposition von Distributions- und Kommunikationsmedien – aus und analysiert deren Auswirkungen auf die möglichen Inhalte.“⁵⁹

Vom Standpunkt des rhetorischen Kalküls aus gesehen, ist die Frage, ob Medien Bedeutung haben. Bei den Entscheidungen des Orators in den planerischen und operativen Phasen seines kommunikativen Handelns kann die Wahl des angemessenen Mediums Einfluss auf größeren oder geringeren persuasiven Erfolg haben. Wir wissen inzwischen, dass es einen *appeal* der Medien gibt.⁶⁰ Es macht etwa für junge Leute durchaus einen Unterschied, ob sie eine Nachricht per Brief (altertümlich), Handy (*up to date*) oder Telefon (nicht ganz so aufregend) erhalten. Den Medien werden im kulturellen Symbolsystem Bedeutungen zugeschrieben, die rhetorisch interessant sind, weil sie in der Interaktion Sympathie- oder Antipathiereaktionen auslösen können und für die kommunikative Leistung der Texte Konsequenzen zeitigen. Freilich wissen wir zu diesem ganzen Komplex noch recht wenig. Es tut sich hier ein weites Forschungsfeld auf.⁶¹

6. *The Medium is the Massage*

McLuhan hat die zunächst einmal durchaus spielerisch-ironisch gemeinte Variante seines *Message*-Satzes im Titel des erstmals 1967 zusammen mit Quentin Fiore herausgegebenen Buchs ‚*The Medium is the Massage*‘ nicht detailliert erläutert. Nach seinem eigenen Verständnis würde man diese Formulierungsvariante also vielleicht „kalt“ nennen können, weil sie uns bei ihrer Interpretation viel persönliche Beteiligung abverlangt. Immerhin gibt der Untertitel ‚*An Inventory of Effects*‘ doch einen deutlichen Hinweis. McLuhan bezieht den Ausdruck „*Massage*“, unter dem Lexika gewöhnlich die „Behandlung durch mechanische Beeinflussung der Körpergewebe“ verzeichnen, metaphorisch auf den Zusammenhang von Einfluss nehmenden Operationen der Medien und entsprechenden Medieneffekten. Diese Effekte werden selbstverständlich durch das Zusammenspiel von Medien-*appeal* und Textrhetorik erzeugt.

Die Medialrhetorik hat also auch den Verbund von Medium und spezifisch medialisiertem Text in den Blick zu nehmen. Die Seite der Texte ist letztlich schon immer gut untersucht worden. Ein wirkliches Desiderat aber stellt die andere Seite, die Seite der Medien, dar. Sehr viel stärker muss in Zukunft untersucht werden, was Medien als Medien leisten, welches ihrer Leistungsprofile sich für welche kommunikativen Ziele eignet und wie das

⁵⁹ Leschke (Anm. 5), S. 254; eine kritische Diskussion der Enzensbergerschen Unterscheidung von Distributions- und Kommunikationsmedien siehe bei Leschke (Anm. 5), Kap. 4.5.

⁶⁰ Vgl. den Beitrag von Fabian Klotz zur Medienwertelehre in diesem Band.

⁶¹ Insbesondere wäre hier auch an eine Ausweitung der Medien-Image-Forschung zu denken.

Verhältnis von handelndem Orator und instrumentell einzusetzenden Medien beschaffen ist. Wenn der in dieser Frage noch sehr große Forschungsbedarf eines Tages wenigstens teilweise gedeckt sein wird, können vermutlich durchaus prognoseartige Aussagen über das bei Kommunikationsprozessen einzukalkulierende Widerstandspotenzial und die Effizienz bestimmter Medien, insbesondere auch die auf sie bezogenen Bedeutungszuschreibungen, bei der Speicherung und Sendung von Texturen aufgestellt werden.