

Jana Mangold

Lob der Medien. Marshall McLuhans Lobrede

UNDERSTANDING MEDIA

2017

<https://doi.org/10.25969/mediarep/788>

Veröffentlichungsversion / published version

Sammelbandbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Mangold, Jana: Lob der Medien. Marshall McLuhans Lobrede UNDERSTANDING MEDIA. In: Till A. Heilmann, Jens Schröter (Hg.): *Medien verstehen. Marshall McLuhans 'Understanding Media'*. Lüneburg: meson press 2017, S. 15–36. DOI: <https://doi.org/10.25969/mediarep/788>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Creative Commons - Namensnennung - Weitergabe unter gleichen Bedingungen 4.0 Lizenz zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu dieser Lizenz finden Sie hier:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Terms of use:

This document is made available under a creative commons - Attribution - Share Alike 4.0 License. For more information see:

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

[1]

Lob der Medien: Marshall McLuhans Lobrede *Understanding Media*

Jana Mangold

***Understanding Media* ist vielfach für seinen Mangel an wissenschaftlicher Vorgehensweise gescholten worden. Der Aufsatz unternimmt es, die stilistischen und formalen Grundlagen dieses Klassikers der Medientheorie näher zu bestimmen. Daraus ergeben sich neue Einsichten in die Textart und die historische Epistemologie des Buches: *Understanding Media* ist eine Lobrede und führt insofern eine Auseinandersetzung um Formen der Steigerung.**

Fünzig Jahre nach dem Erscheinen von *Understanding Media* ist das Buch immer noch schwer zu verstehen. Nicht allein der historische Abstand, die Ferne der 1960er Jahre, ihrer Medien und ihrer gesellschaftspolitischen Verhältnisse, erschwert das Verständnis. Schon den Zeitgenossen erschien das Buch auf merkwürdige Weise unzugänglich, wie es etwa der Rezensent Christopher Ricks 1964 auf

16 den Punkt brachte: „These are all important themes, but they are altogether drowned by the style, the manner of arguing, the attitude to evidence and to authorities, and the shouting“ (Ricks 1968, 245). Das Problem des Verständnisses des Buches scheint also weniger in einer schwierigen Grundausage, einem hermetischen System oder einem abstrahierenden Sprachgebrauch zu bestehen. Es liegt vielmehr in einem alles ertränkenden Stil, einer eigentümlichen Einstellung zu Argumentations- und Nachweisregeln der Wissenschaft und einer Art Marktgeschrei des Buches.

Die Einschätzung Ricks' entspricht der auch heute noch gültigen Feststellung, dass *Understanding Media* nicht auf wissenschaftliche Konventionen festzulegen ist. Das Buch missachtet einfachste Regeln des wissenschaftlichen Nachweises und der Argumentation, des Begründens und der schlüssigen Darstellung von Zusammenhängen. An die Stelle von Belegen, erläuternden Ausführungen und Thesen setzt es äußerst diverse Quellen, Anekdoten und sloganartige Behauptungen. So mancher Kalauer muss für einen echten Beweis herhalten. Zu oft gibt sich der Text mit Metaphern und halbseidenen Analogien zufrieden, anstelle auf Fakten zu verweisen.¹ *Understanding Media* ist dementsprechend oft als das Werk eines gewieften Rhetorikers bezeichnet und damit auch schon als wissenschaftlich nicht haltbar zurückgewiesen worden. Und doch ist es nicht von der Hand zu weisen, dass dieses überschwemmende und lärmende Buch das axiomatische Grundgerüst zur Betrachtung der Medien skizziert und nicht unwesentlich zur Begründung der Medienwissenschaft beigetragen hat.

Im Folgenden werde ich daher nicht in den Reigen derer einstimmen, die in Stil und Geschrei von *Understanding Media* die eigentlich wichtigen wissenschaftlichen

1 Vgl. die neueren Zusammenfassungen und Auswertungen der bestehenden Kritikpunkte zu Stil und Inhalt bei Sven Grampp (2011, 14f., 18ff., 25f., 141–173) sowie bei Till Heilmann (2014), der die deutschsprachige Rezeption bei Erscheinen der deutschen Ausgabe *Die magischen Kanäle* von 1968 zusammengetragen hat.

Errungenschaften des Buches ertränkt sehen. Stattdessen möchte ich das Verhältnis umdrehen und der Frage nachgehen, inwiefern die wissenschaftlichen Errungenschaften selbst die Konsequenz genau dieser überschwemmenden Schreibweisen und des scheppernden Lärmes des Buches sind. Ich gehe dabei von der wissenschaftlich unterlegten Annahme aus, dass die theoretische Begründungsleistung dieses Buches nicht von seiner Manier der Darstellung und Begründung zu trennen ist. Nimmt man aber die Darstellungsweise als wissensbildendes Verfahren ernst, könnte es leicht passieren, dass Marshall McLuhans Programm einer allgemeinen Medienwissenschaft woanders hingehört als an den Anfang der uns bekannten Wissenschaft desselben Namens.

Amplifikation

In einem ersten Schritt sind für die Frage nach den wissensbildenden Darstellungsverfahren von *Understanding Media* zunächst Stil und „Geschrei“ des Buches näher zu bestimmen. Ich orientiere mich dafür an der Aussage des Rezensenten Ricks und beginne beim Lärm: Wer erinnert sich nicht an die marktschreierischen Formen des Eigenlobes und der Selbststilisierung hinsichtlich des Neuigkeitswertes des Buches? Gleich in der Einleitung heißt es, dass 75 Prozent des Materials neu seien und dass nach Aussagen aus verbürgter Quelle – den Bemerkungen eines Lektors – ein erfolgreiches Buch nicht riskieren sollte, mehr als zehn Prozent Neues zu liefern (vgl. McLuhan 2008, 4). Im ersten Kapitel beschreibt sich der Autor sodann als einen Entdecker in der Position von Louis Pasteur, „telling the doctors that their greatest enemy was quite invisible, and quite unrecognized by them“ (ebd., 19). Es sind Gesten der Überbietung, die hier eingesetzt werden und die den Geräuschpegel des Buches erheblich ansteigen lassen. Diese Gesten arbeiten mit konkreten Formen der Steigerung, welche im ersten Fall in der Angabe einer quantitativen Zunahme besteht und im zweiten Fall in einer Identifizierung des

- 18 qualitativ Kleinsten, ja sogar Unsichtbaren („invisible, and quite unrecognized“), mit dem qualitativ Größten („their greatest enemy“).

Derartige Formen der Überbietung galten schon in der Antike als Verstärker, als *amplificatio*, der Rede oder eines Textes. Nach der Auffassung der alten Rhetoriker sorgen sie für mehr „Nachdruck und Handgreiflichkeit“ (Quintilianus 1988, VIII.4, 2) in der Rede und damit für Überzeugung bei Zuhörern bzw. Lesern. In den Reden vor Gericht oder vor der Volksversammlung lässt sich durch die Mittel der *amplificatio* etwa ein Verbrechen noch schrecklicher zeichnen oder die Sache eines Vorredners als besonders schwach ausweisen. Unter *amplificatio* fasst die antike Kunst der Rhetorik sprachliche Mittel des Zuwachses, der Vergleichen, Schlussfolgerung und Häufung, die der Steigerung oder Überbietung, aber auch der Verminderung und Abschwächung eines Sachverhaltes in der Rede dienen. Dazu zählen „Wörter von größerem Umfang“ (*incrementum*), das Erheben einer Angelegenheit zu Höherem durch das Steigern eines vergleichbaren Beispiels (*comparatio*), die Steigerung von Umständen, die auf die Größe, Schwere, Wichtigkeit der behandelten Sache schließen lassen (*ratiocinatio*), und das Ansteigenlassen durch Anhäufung von Worten und Gedanken in der Rede (*congeries*) (vgl. ebd., 4-29).

Gerade Letzteres, die Anhäufung, ist wesentlicher Bestandteil von *Understanding Media* und zeichnet verantwortlich für das von Ricks konstatierte Ertrinken der eigentlich wichtigen Themen im Stil des Buches. Textstellen wie folgende aus dem Kapitel zur Fotografie lassen den Eindruck des Überschwemmtwerdens kaum abwehren:

A century ago the British craze for the monocle gave to the wearer the power of the camera to fix people in a superior stare, as if they were objects. Eric von Stroheim did a great job with the monocle in creating the haughty Prussian officer. Both monocle and camera tend to turn people into things, and the photograph

extends and multiplies the human image to the proportions of mass-produced merchandise. (McLuhan 2008, 205)

Das vermeintlich historische Beispiel des Monokels zu Beginn des Abschnittes ist bei allem Anschein kein historischer Beleg für die im gleichen Satz angesprochene Macht der Kamera, sondern eine Hinzufügung im Sinne einer Vergrößerung oder auch Durchführung des Themas (vgl. Bauer 1992, 450). Zwar könnte der erste Satz über die Monokel-Manie eine Art Erläuterung zur Wirkungsweise der Kamera sein. Doch der daran anschließende Satz kehrt einen abschweifenden Charakter hervor, der auch den ersten Satz affiziert. Das Lob der schauspielerischen Leistungen Erich von Stroheims hat nur noch ganz am Rande etwas zum Thema beizutragen und dehnt den Text hier vor allem aus.

Das Ausdehnen von Text ist typisch für eine rhetorische Anhäufung. Diese Form der *amplificatio* war im Mittelalter gängige literarische Praxis und wurde als *dilatatio* bezeichnet. Sie wendete das Steigerungsprinzip ins Quantitative. Bekannte Stoffe wurden durch topische und stilistische Verfahren der Rhetorik immer weiter ausformuliert und in der Fläche des Textes ausgebreitet (vgl. Matuschek 1994, 1263; Bauer 1992, 449ff.). Die vorliegende Passage aus *Understanding Media* stellt sich in diese Tradition. Denn wie der dritte Satz zeigt, sind Monokel und Stroheim vielleicht Aspekte der Veranschaulichung für die Macht der Kamera, doch läuft diese Reihung letztlich auf etwas anderes hinaus: Mit einem anhäufenden „and“ geht der Text einfach zur Eigenart der Fotografie selbst über: „[...] and the photograph extends and multiplies the human image to the proportions of mass-produced merchandise“ (McLuhan 2008, 205).

Mit der Ausbreitung und Vervielfältigung des menschlichen Bildes durch die Fotografie selbst wechselt der Textabschnitt seine Ausrichtung und lässt den gesamten Einstieg der Passage zu einer einzigen *dilatatio*, zur reinen

20 Aus- und Weiterführung werden. Selbst wenn Monokel und Kamera die Tendenz zur Verdinglichung des Menschen teilen, der Text treibt nun weiter, um die Erweiterung und Vervielfältigung der Fotografie in neuen Formen der Anhäufung auszuführen:

The movie stars and matinee idols are put in the public domain by photography. They become dreams that money can buy. They can be bought and hugged and thumbed more easily than public prostitutes. (Ebd.)

Die Vervielfältigungen, welche die Fotografie leistet, werden in diesem Textabschnitt durch die Ähnlichkeit der Satzstruktur und der Satzanfänge auch sprachlich umgesetzt: „The movie stars ... are“, „They become ...“, „They can ...“, und gipfeln in der Vervielfältigung der Umgangsweisen mit den Starfotografien im Polysyndeton „bought and hugged and thumbed“. Die Aufzählung des Polysyndetons ist die einfachste Form der Häufung. Durch die Konjunktion „and“ weist sie sich insbesondere als Form der (wahllosen) Hinzufügung aus. In ihrem Dreischritt verweist sie aber auch auf die bekannteste rhetorische Figur der Steigerung: die Klimax (vgl. Groddeck 2008, 123, 158f.). Jede Häufung führt in ihrem Charakter der quantitativen Zunahme potenziell die qualitative Steigerung mit sich, was sich im vorliegenden Textabschnitt vom Ende her bestätigt. Die einfache Häufung der Umgangsweisen mit Starfotografien wird am Satzende mit einem Oberbegriff versehen, der das Kaufen, An-sich-Drücken und Anfassen steigert: zum Ankauf, zur Umarmung und zum Befummeln von Prostituierten. Und damit kehrt auch in diesen Textabschnitt der Lärm ein, denn im Moment dieser Steigerung zum käuflichen Teil der Menschlichkeit wird die Überbietung der Umgangsweisen mit der Starfotografie durch den Umgang mit Prostituierten noch einmal überboten durch die steigierende Vergleichung des „more easily than“: Starfotografien können sogar noch einfacher gekauft, gedrückt und befangert werden als Straßendirnen.

In ähnlicher Weise abschweifend und steigernd erscheint auch eine Anekdote zu Beginn des Fotografie-Kapitels in *Understanding Media*, das als Illustration für Ricks' Beanstandung der mangelhaften Einstellung zum wissenschaftlichen Nachweis und der lässigen Weise der Argumentation dienen kann. Ein Hinweis auf die „transforming power of the photo“ wird in dieser Textpassage nicht etwa durch Fakten, Autoritäten oder eine erläuternde Beweisführung begründet, sondern durch eine „beliebte Geschichte“: „like the one about the admiring friend who said, ‚My, that’s a fine child you have there!‘ Mother: ‚Oh that’s nothing. You should see his photograph.‘“ (McLuhan 2008, 204) Ein solches Geschichtchen ist natürlich kein wissenschaftlich haltbarer Beweis. Vielmehr ist es ein Witz, der für Amüsement unter den Lesern sorgen dürfte. Die Überzeugungskraft einer solchen Anekdote liegt weniger in ihrer einleuchtenden Aussage oder Schlussfolgerung als in der anschaulichen und lebendigen Redeweise, die durch die Eröffnung einer theatralen Szene mittels der *protopoeia* zweier sprechender Personen zustande kommt. Die Inszenierung einer Rede in der Rede, das Vor-Augen-Stellen einer Szene sind rhetorische Figuren, die zum Modus der *amplificatio* gerechnet werden können (vgl. Bauer 1992, 447). Darüber hinaus enthält der aufgeführte Kurzdialog wiederum eine überbietende Geste. Die Aussage des ersten Redners wird vom zweiten Sprecher heruntergespielt („that’s nothing“) und durch eine hinzugefügte Begebenheit übertroffen („see the photograph“).

Die vorgestellten Formen der *amplificatio*, der semantischen wie textuellen Steigerungen, die *Understanding Media* zu einem großtönenden Text mit Nachlässigkeit in den wissenschaftlichen Beweisverfahren machen, werden in der traditionellen Rhetorik einer Redegattung zugeordnet, die das Erörtern, Argumentieren und Nachweisen von vornherein hinten anstellt: die Lobrede. Mit der Lobrede muss kein strittiger Fall bewiesen werden – wie etwa in den Reden vor Gericht – und kein Kompromiss ausgehandelt werden – wie durch die Reden vor der Volksversammlung.

22 In Lobreden wird vorrangig gelobt. Nach traditioneller Auffassung widmen sich die Lobreden dem, dem alle zustimmen können, in besonderen Formulierungen, harmonisch klingenden Sätzen und überraschenden Schilderungen (vgl. Lausberg 2008, 130). Sie zählen zur epideiktischen Beredsamkeit, also allen Formen von festlicher, schmuckvoller und ausgefeilter Rede. Das marktschreierische Lob und Selbstlob, die ausschweifende Darlegung mittels überraschender Vergleiche ebenso wie die Formen verlebendiger Rede und Theatralik sind diesem Redetypus eigentümlich (vgl. Barthes 1988, 21).

Schon an ihren Anfängen im 5. Jahrhundert v. Chr., während der kultischen Feste und anlässlich der jährlichen Staatsbegräbnisse in Athen, wurde in den Lobreden beschworen, worauf sich alle einigen konnten: die Größe der Polis, die gemeinsamen Werte und die Einheit der Versammelten (vgl. Zinsmaier 1999, 376f.). Für Aristoteles, den ersten Theoretiker der Rhetorik, sind dementsprechend die Mittel der „Steigerung für Festreden [*tois epideiktikois*] am geeignetsten, denn diese nehmen alle Taten als unbestritten hin, so daß nur noch übrigbleibt, ihnen Größe und Schönheit zu verleihen“ (2007, 1368a). Die Mittel der *amplificatio* übernehmen die Ausgestaltung des Unstrittigen zum Größeren und Schöneren. Der einflussreiche römische Rhetoriklehrer Quintilian geht daher davon aus, dass es bei den Lob- und Festreden weniger um die aufgeführten Sachen oder Handlungen geht als vielmehr um das „sprachliche Zurschaustellen“ selbst (Matuschek 1994, 1258; vgl. Quintilianus 1988, III.4, 12f.).

Meinen Untersuchungen zufolge ist *Understanding Media* ein später Nachfahre dieser Form der Beredsamkeit. Die von Ricks zusammengefassten Eigenschaften des Klassikers der Medientheorie treffen sich mit den historischen Auffassungen von der Lobrede und setzen das Buch einer ähnlichen Kritik und einem ähnlichen Risiko aus. An den Eigenarten des „sprachlichen Zurschaustellens“ nämlich stießen sich schon die Zeitgenossen der Sophisten, jener

Lehrer der Antike, welche die Rede und ihre Überzeugungsmittel gegen Bezahlung als erlernbare *technē* anboten. Unter ihnen avancierte die Lobrede zur wahren Schau-Rede, denn sie lobten auch gering geschätzte Dinge und führten sie durch die rhetorischen Mittel der Steigerung ins Ansehen. Die Kunstfertigkeit der Sophisten konnte insbesondere dort brillieren, wo eigentlich unrühmliche Gestalten und Gegenstände durch das rhetorisch versierte Lob zu allgemeiner Hochachtung geführt wurden. Insofern führten die Schau-Reden immer auch eine Auseinandersetzung mit den Möglichkeiten und Grenzen der Techniken der Rede überhaupt vor (vgl. Zinsmaier 1999, 376f.).

Gorgias' Lobrede auf Helena, den „Zankapfel des Trojanischen Krieges“ (Zinsmaier 1999, 377), oder Lukians *Lob der Fliege* geben einen Einblick in das subversive Potenzial von sprachlich verliehener Größe und Schönheit. Entsprechend verweist Quintilian bei seiner Behandlung der *amplificatio* auch darauf, dass durch sie noch „das als groß erscheint, was sogar weniger bedeutet“ (1988, VIII.4, 3). In der steigernden Ausgestaltung der Rede lauert mithin die Gefahr, von der Wahrheit oder der Übereinkunft abzuweichen und gar die Tatsachen zu verdrehen. Der schlechte Ruf der Rhetorik unter den Philosophen rührt von diesem Umstand her.² Und selbst unter den eingefleischten Rhetorikern Roms galt die „Fülle des Ausdrucks“ der „Prunkrede[n]“ mit ihrer „harmonischen Entsprechung von Sätzen“, der Verbindung von „Widerstreitendem“, dem Vergleich von „Gegensätzlichem“ und „einander angeglichen[en]“ „Satzschlüssen“ dem ernstesten Geschäft des Redners abträglich (Cicero 2004, Kap. 12f.). Die Funktionalität von Wortvielfalt und sprachlicher Überbietung zur Verstärkung der Überzeugungskraft der Rede wurde und wird der zweckfreien Gestaltung und Ausbreitung verdächtigt, Geschwätzigkeit anstelle von besonnener Redekunst veranschlagt (vgl. Bauer 1992, 448).

2 Eine klare Kritik am Vorgehen insbesondere in den Lobreden findet sich von Platons Sokrates im *Gastmahl* formuliert (1999, Kap. 20).

24 Schwätzertum, Desinteresse an den wahrheitsgemäßen Schlüssen der Philosophen und den faktenorientierten Argumentationen der Wissenschaftler wurden *Understanding Media* allzeit vorgeworfen (vgl. Heilmann 2014, 91). Die „kühnen Analogien“, der „Metaphernreigen“ und der „erstaunlic[h] hoh[e] Redundanzanteil“ (Grampp 2011, 25) qualifizieren den Text zur Lobrede. Dabei rückt *Understanding Media*, wie die Sophisten auf der Agora, 1964 einen unterbelichteten und sogar zurückgewiesenen Gegenstand mit einigem Spektakel ins Blickfeld: die Medien. Und wie die Sophisten setzt der Text nun alles daran, das bisher Missachtete mittels der Kunst der Rede ins Ansehen zu führen, also sichtbar zu machen und seine Bedeutung anzuheben. Aus wissenschaftsgeschichtlicher Perspektive werden die stilistischen Mängel der wissenschaftlichen Publikation somit zum Einsatz für das Thema der Medien selbst und zur gekonnten Strategie bei der Begründung eines neuen Wissenschaftsfachgebietes.

Extension

Man unterschätzt die Lobrede, wenn man sie für eitle Wortmacherei hält. Und man unterschätzt die Lobrede von *Understanding Media*, wenn man die wichtigen Themen vom überbordenden Stil lediglich überrannt sieht. Das epideiktische Genre der Antike verfügt über eine verkaufte Argumentationsmacht. Nach Chaim Perelman und Lucie Olbrechts-Tyteca (2004) besteht die Wirkung einer Argumentation letztlich in der vollen Zustimmung ihrer Hörer oder Leser. Diese ist nicht allein über intellektuelle Schlussfolgerungen zu erlangen, sondern vor allem durch die Verstärkung der Intensität der Zustimmung (vgl. Perelman, Olbrechts-Tyteca 2004, Bd. 1, 67). Hierfür liefert die Tradition der Lobreden mit ihrer Ausschöpfung der rhetorischen Figuren allerlei Lehrmaterial, das in den Argumentationsabhandlungen lange Zeit außer Acht gelassen wurde.

Die Erzeugung von Zustimmung ist zentrales Anliegen der antiken Lobreden, und die sophistischen Reden zugunsten geächteter Themen belegen die Reichweite und die erfolgversprechenden Grundlagen der Schau-Reden. So kann auch *Understanding Media* bezüglich der Zustimmung zu seinem bisher wenig beachteten Thema trotz seiner vermeintlichen stilistischen Mängel Erfolge für sich verbuchen, wie die Einschätzung Ricks' (1968, 245) ja auch zeigt: „These are all important themes ...“ Ein Buch zur Begründung einer neuen Wissenschaftsdisziplin mit den Mitteln der Lobrede abzufassen, hat tatsächlich einen geradezu zwingenden Charakter. Es ist ein geschickter Schachzug, um das Einverständnis, das die Lobrede anzusprechen und dabei zu verstärken sucht, auch schon vorauszusetzen. Im Gegensatz zu den Gerichts- und Versamlungsreden sieht die Lobrede nämlich keine Gegenrede vor. Hierdurch kann die preisende Rede die Zustimmung zum Behandelten immer schon unterstellen, selbst wenn es eine solche gar nicht gibt oder noch nicht geben kann (vgl. Kopperschmidt 1999, 13ff.).³

Die Verstärkung der unterstellten Zustimmung als zentrale Aufgabe der Lobreden sichern, wie oben ausgeführt, die Mittel der *amplificatio* ab. Die verschiedenen Formen der Steigerung, wie die „Wörter größeren Umfangs“ (Quintilian), die überbietenden Vergleiche und die quantitativen Zunahmen, werden in ihrer Überzeugungskraft eingesetzt. An Spielarten dieser steigernden Formen fehlt es in *Understanding Media* nicht. Da ich davon ausgehe, dass die identifizierten rhetorischen Verfahren der Lobrede an der Formulierung des Programmes für eine allgemeine Medienwissenschaft in *Understanding Media* mitarbeiten, muss nun in einem zweiten Schritt der Zusammenhang

3 Josef Kopperschmidt verweist zur Illustration einer solchen Nötigung durch die Lobrede auf die Trauerrede des Earl of Spencer, der bei der Beerdigung seiner Schwester Diana in Westminster Abbey entgegen den herrschenden Verhältnissen diese zur Königin kürte, zur „Königin der Herzen“. Da ein frenetischer Applaus von den nicht geladenen Gästen vor den Toren der Kirche ausging, waren sodann auch versammelten Mitglieder des Königshauses dazu gezwungen diese Rede zu bestätigen (vgl. ebd.).

- 26 zwischen Mitteln der Lobrede und medientheoretischer Aussagenbildung ermittelt werden. Mithin ist die Frage zu stellen, welches Wissen durch die Verfahren der Steigerung überhaupt entsteht.

Die Zugkraft der sprachlichen Mittel des Textes für eine Theorie der Medien lässt sich unter anderem anhand des Auftaktes des dreizehnten Kapitels von *Understanding Media*, „Housing: New Look and New Outlook“, einsehen. Schon der Titel klingt nach dem Slogan einer Werbeanzeige und damit nach der eindringlichsten Form der Lobreden des 20. Jahrhunderts. Der Untertitel, „New Look and New Outlook“, arbeitet mit Formen der *amplificatio*. Wiederholung und Anhäufung sind die stilistischen Kennzeichen dieser Formulierung. Der wiederholte Ausdruck „new outlook“ weicht nur in einer Silbe von seinem Vorgänger, „new look“, ab: in der Vorsilbe „out-“. Durch die Hinzufügung dieser drei Buchstaben wird aus dem Gleichen etwas anderes. Es ist eine variierte Wiederholung. Aber es ist noch mehr, denn mit der Hinzufügung von lediglich drei Buchstaben – gewissermaßen eine buchstäbliche Steigerung, eine Ausdehnung und Anhäufung des ersten Ausdruckes – ändert sich die Bedeutung des Wiederholten. Der Untertitel bietet so gesehen eine Studie von Steigerung und Anhäufung im Kleinen und ist dabei ein typischer Fall epideiktischer Beredsamkeit. Der Gleichklang der Formulierung, die doch auf Verschiedenes verweist, verbindet die Freude am harmonisch klingenden mit der umso überraschenderen Einsicht in die angesprochene Ungleichheit.⁴ Allein der treffliche Ausdruck macht diese Zweiheit von Gleichartigem und Verschiedenem in der Anhäufung kenntlich. Der Untertitel führt daher ein rhetorisches Prinzip der Wiederholung und der Anhäufung vor: Bei Steigerungen und Wiederholungen wird das Gesteigerte und Wiederholte nicht mehr dasselbe sein (vgl. Groddeck 2008, 126).

4 Zu einigen Stilregeln vgl. Aristoteles (2007, III.2–8 (1405b–1408a)).

Nun ließe sich einwenden, dass dies doch eine recht philologische, Buchstaben zählende Lektüre und auf Rhetorizität abhebende Auslegung eines ganz anderen Sachverhaltes ist, der in *Understanding Media* eigentlich behandelt wird: etwa die Erfassung der technischen Umwelt als Körperextensionen. Zudem zeigt der Untertitel, „New Look and New Outlook“, hauptsächlich die für McLuhan typische Spielerei mit Worten, die ja auf nichts anderem als der Zufälligkeit einer sprachlichen Konvention beruht. Doch die Zufälligkeit der buchstäblichen Ähnlichkeit sollte nicht als Zufälligkeit ihrer Verwendung missverstanden werden. Im Kapitel „Housing“ kehrt die Formulierung wieder, und zwar an einer Stelle, an der Fragen der Intensivierung angesprochen sind:

[A] new pattern is introduced into an ancient way of life by the intensification of a single factor ... [T]he intensification of a single factor in our complex lives leads naturally to a new balance among our technologically extended faculties, resulting in a new look and new ,outlook' with new motivations and inventions. (McLuhan 2008, 136f.)

„New look“ und „new outlook“ sind Resultate von Intensitätszunahmen, von Steigerungen. Beide setzen sprachlich einen Unterschied zum Vorherigen („new“) und sind sich darin gleich, zugleich stellen sie einen kategorialen Unterschied („look“/„outlook“) sprachlich aus. Semantisch geht mit jedem neuen „look“ ein neuer „outlook“, eine neue Aussicht einher, und zwar eine neue Aussicht auf die Dinge, eine neue Weltsicht. „New look“ und „new outlook“ sind weder bloßer Zufall noch bloße Wortspielerei. Tatsächlich geben beide Formulierungen in der Anhäufung bereits das Thema des Kapitels und gar von *Understanding Media* an: die grundlegende Transformation der Verhältnisse oder der Welt durch Steigerung.

Dieser Befund bestätigt sich im ersten Absatz des Kapitels „Housing“. Hier zeigt sich, inwiefern die Mittel der Steigerung, die sich stilistisch im Text durchsetzen,

28 unmittelbar mit der Frage der Medien als Körperextensionen verknüpft sind. Die Körperextensionen sind selbst Steigerungen:

If clothing is an extension of our private skins to store and channel our own heat and energy, housing is a collective means of achieving the same end for the family or the group. Housing as shelter is an [sic] extension of our bodily heat-control mechanisms – a collective skin or garment. Cities are an even further extension of bodily organs to accommodate the needs of large groups. Many readers are familiar with the way in which James Joyce organized *Ulysses* by assigning the various city forms of wall, street, civic buildings, and media to the various bodily organs. Such a parallel between the city and the human body enabled Joyce to establish a further parallel between ancient Ithaca and modern Dublin, creating a sense of human unity in depth, transcending history. (Ebd., 133)

In diesem Absatz folgen die Körperextensionen einer Semantik der Steigerung, die sie selbst als Steigerungen ausweist. Der Text schreitet vom Körperorgan des Einzelnen und dessen Erweiterung in der Kleidung fort zur nächstgrößeren Einheit der Behausung, also einer baulichen Erweiterung des Körpers und seiner Funktionen, die sogleich übertroffen wird von weiteren, nun städtebaulichen Formationen und damit räumlichen Phänomenen, die selbst wiederum übertroffen werden von der Zeiterfahrung, mit welcher der Abschnitt endet. Die Aneinanderreihung der Themen und Gegenstände dieses Eröffnungsabsatzes zum Thema „housing“ gibt quantitative und qualitative Zunahmen wieder: vom Einzelnen zum Kollektiven, vom Räumlichen zum Zeitlichen. Diese Semantik der Steigerung wird zudem unterstützt von epideiktischen Finessen, wie dem Pseudosyllogismus im ersten Satz („Wenn ... gilt, dann gilt auch ...“) und der elliptischen, analogischen Schlussfolgerung von der Erweiterung der einzelnen Haut zur Erweiterung einer kollektiven Haut. Als Beleg der weiteren

Extension von Körperorganen in der Stadt dient dann unter Adressierung der Übereinkunft mit den Lesern („Viele Leser sind vertraut mit ...“) die Ausschweifung zu James Joyces *Ulysses*, also letztlich der Verweis auf ein literarisches Werk und dessen poetische Verfahren, welcher in der Aussage zur Transzendierung der Geschichte gipfelt.

Der anschließende Textabschnitt setzt die literarische Abschweifung fort und erfasst die Körperextensionen nun auch wörtlich als Steigerungen:

Baudelaire originally intended to call his *Fleurs du Mal*, *Les Limbes*, having in mind the city as corporate extensions of our physical organs. Our letting-go of ourselves, self-alienations, as it were, in order to amplify or increase the power of various functions, Baudelaire considered to be the flowers of growths of evil. (Ebd., 133f.)

Auch mit Baudelaire lässt sich die Stadt als korporative Ausweitung der physischen Organe des Menschen begreifen. Literatur und Poesie sind in dieser Kapitelouvertüre Belege für eine eindrückliche Reihe unterschiedlichster Gegenstände und Lebensverhältnisse, die als Extensionen des Körpers überhaupt erst in eine Reihung gebracht werden können. Doch anstatt dies als unzulässige Analogisierung und bodenlose Vergleichung anzusehen (vgl. Burke 1966, 167f.; vgl. Grampp 2011, 153f.), ist vor allem festzustellen, dass diese Reihung durch Steigerung zusammengehalten wird. Tatsächlich ist im Text die Eigenart der Lobreden auch die Eigenart der Körperextensionen bzw. der Medien: „to amplify or increase“ (McLuhan 2008, 134). Es sind dementsprechend Phänomene der Steigerung oder der Zunahme, die das Programm einer allgemeinen Medienwissenschaft bestimmen müssen.

Die Auseinandersetzung mit den Lobredereigenschaften von *Understanding Media* lenkt somit das Augenmerk auf die Frage der Steigerung, die nicht nur auf stilistischer Ebene virulent ist, sondern auch Teil der thematischen Erörterung

30 ist. Schon im ersten Kapitel – das bekanntlich das Axiom vom Medium, das die Botschaft sei, einführt (vgl. ebd., 7–23) – erscheint die Frage der Steigerung als zentrales Anliegen der Untersuchung. An mehreren Stellen geht es um eine (Aus-)Maßänderung, die durch Medien statthat: „For the ‚message‘ of any medium or technology is the change of scale or pace or pattern that is introduced into human affairs“ (ebd., 8). Und entsprechend ist auch das Projekt von *Understanding Media* selbst auf die Frage der Steigerung ausgerichtet: „What we are considering here ... are the psychic and social consequences of the designs or patterns as they amplify or accelerate existing processes“ (ebd., 8). Vornehmlich sollen in *Understanding Media* also Steigerungen und Beschleunigungen existierender Prozesse und deren Wirkungen beobachtet werden. Und die Beobachtung dieser Vorgänge führt zur Feststellung von Selbstverlusten und Entfremdung, wie es die Textpassage zu Baudelaire im Kapitel „Housing“ ausdrücklich festhält: „Our letting-go of ourselves, self-alienations, as it were, in order to amplify or increase the power of various functions ...“ (ebd., 134)

Steigerungen setzen demnach eine wesentliche Fremdheit ein, welche die Welt, wie wir sie kannten, transformiert. Und das Verständnis dieser grundsätzlichen Transformation ist das Anliegen von *Understanding Media*, das die Medien selbst als Steigerungsverfahren begreift.

Das Wissen der (neuen) Rhetorik

Mit der Feststellung eines Fremdwerdens durch Steigerung und der angekündigten Beobachtung von Verstärkungen, Vergrößerungen oder Verbreiterungen des Vorfindlichen stellt sich *Understanding Media* allerdings, wie eingangs angedeutet, weniger an den Anfang einer allgemeinen Medienwissenschaft. Vielmehr steht die Abhandlung für einen bestimmten Punkt in der rhetorischen Tradition, der zu einem Startpunkt der Medienwissenschaft „nach McLuhan“ wird. Die Frage der Steigerung wurde nämlich wie alle weiteren sprachlichen Mittel der Rede und der

Argumentation längst in der Rhetorik behandelt,⁵ und zwar anhand des Verhältnisses von Sachen und Wörtern. Wenn es darum geht, gerade in den Lobreden „Wörter von größerem Umfang“ (Quintilian) einzusetzen, die „Fülle des Ausdrucks“ auszunutzen und noch „Gegensätzliches“ zu „vergl[e]ichen“ (Cicero), so erprobt die alte Lehre vom guten Reden immer schon den Möglichkeitsraum sprachlicher Steigerungen und führt nicht umsonst ein Arsenal an Ratschlägen und Normen mit sich, das die Nähe oder die Ähnlichkeit des sprachlichen Ausdruckes zu oder mit dem zu Beschreibenden sicherstellen soll. Gerade in den Lobreden geht es für Aristoteles (2007, I.9 (1367a)) darum, „Eigenschaften, die den vorhandenen nahe sind, ins Treffen [zu] führen, als wären sie dieselben.“ Dieser Ratschlag ist doppelbödig, denn er ermahnt zur Nähe von Dargestelltem und Darstellung und gibt mit seinem Konjunktiv zugleich zu erkennen, dass noch das Nahe vom Selben abweichen muss, „als wären sie dieselben“. Tatsächlich ist mit der sprachlichen Ausgestaltung der Rede die Nähe zu den „vorhandenen Eigenschaften“ immer schon aufs Spiel gesetzt. Das ist das Risiko, dem sich jede Lobrede aussetzt. Und es ist die „Wiederentdeckung der Rhetorik“ (Haverkamp 1998, 8) in McLuhans Stammdisziplin, der angloamerikanischen Literaturwissenschaft der 1930er und 1940er Jahre, welche diese Problematik sprachlicher Steigerungen in ihren Auseinandersetzungen mit der poetischen Sprache und ihren Figurationen erkennt und zur Voraussetzung der literaturwissenschaftlichen und -theoretischen Arbeit macht.

Unter den alten Rhetorikern und im antiken Wissensgebäude der Rhetorik führten die Steigerungen, Übertreibungen und sprachlichen Überhöhungen des Darzustellenden zur unablässigen Ermahnung, Ausdruck

5 Ausgehend von Roland Barthes' (1988, 16f.) systematischer Unterteilung der verschiedenen Praktiken und Funktionen der Rhetorik hat Renate Lachmann (1981, 22) die Geschichte der Rhetorik als Geschichte der deskriptiven und normativen Beschreibung von Sprachphänomenen akzentuiert.

32 und Angemessenheit des Stils zu kontrollieren, weil die sprachlich verliehene Größe und Schönheit stets eine Eigendynamik entfaltet (vgl. Vollhardt 1995, 256ff.⁶). Demgegenüber entsteht in der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts in Philosophie und Literaturwissenschaft ein sprach- und erkenntnistheoretisches Interesse an ebenjenen sprachlichen Einsätzen der Rhetorik, das sich als Interesse am Fremdwerden (in) der Sprache fassen lässt. In Cambridge (England) der 1930er Jahre erfolgte die entsprechende Auseinandersetzung mit den sprachlichen Ausdrucksweisen unter dem Schlagwort „Ambiguität“. William Empson veröffentlichte schon 1930 das Buch *Seven Types of Ambiguity*, in dem er verschiedenen Graden der Ambiguität poetischer Sprache nachging und die Leser mit dem Abgrund einer wesentlichen Zweideutigkeit in der Sprache konfrontierte. Der sprachliche Ausdruck ist eben nicht einfach Bezeichnungsinstrument, vielmehr lässt er mehrere Lesarten zu und verunsichert noch jede Entscheidung für eine Lesart durch die stets gegebene Möglichkeit, sprachlich – wörtlich, syntaktisch, buchstäblich, lautlich – zu insinuieren, was realistisch, gegenständlich, logisch nicht gegeben ist. I. A. Richards, Koautor des berühmten *The Meaning of Meaning* (1923), erkannte Mitte der 1930er Jahre – zum Zeitpunkt, als McLuhan Austauschstudent in Cambridge war – überall eine weitreichende und subtile Ambiguität in der Sprache. Während Ambiguität für die alte Rhetorik ein Fehler war, ist sie für die neue Rhetorik in der angloamerikanischen Literaturwissenschaft eine unvermeidbare Konsequenz des Vermögens der Sprache und unabdingbares Mittel der Äußerung (vgl. Richards 1936, 40; vgl. Burke 1951, 208). „[I]t is a systematic ambiguity in language, so extensive, so multifarious in its appearances and disguises, that very few remarks in this topic escape its snares. The ambiguity protects itself, as such things do“,

6 Zu den theoretischen Konsequenzen der sprachlichen Verfasstheit aller Rede/Texte vgl. de Man (1987), für Lektüren und Vorführung der sprachlichen Volten unter rhetorischen Gesichtspunkten vgl. Grodeck (2008).

schreibt Richards (1938, 136) in der Dokumentation zu einem Lektürekurs von 1935, an dem auch McLuhan teilgenommen hatte (vgl. McLuhan 1987, 58).

Mit der sprachlichen Analyse von Dichtung und Prosa, die eine Neuerung in der Literaturwissenschaft der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts darstellt, treten erkenntnistheoretische Probleme von Lektüre, Sprache und Signifikation in den Vordergrund. Eine grundlegende Selbstdifferenz des sprachlichen Ausdruckes verunsichert jeden selbstgewissen Umgang mit der Sprache und vor allem jede ver-eindeutigende Lektüre. Der Abgrund eines Fremdwerdens von vermeintlich bekannten und feststehenden Wörtern und Wendungen tut sich vor den rhetorisch versierten angloamerikanischen Literaturwissenschaftlern auf, ein Abgrund, an dem sie sich abarbeiten und den sie nicht mehr zu schließen vermögen (vgl. Richards 1938, 136f.; vgl. de Man 1987, 96–99).

Es ist eben dieser Wissenshorizont der angloamerikanischen Literaturwissenschaft der ersten Hälfte des 20. Jahrhunderts, der *Understanding Media* informiert. Das Buch arbeitet sich ebenso am Abgrund eines stets gegebenen Fremdwerdens und an den entsprechenden Transformationen von Verhältnissen und Bedeutungen ab. In seinen Lobredeeeigenschaften stellt der Text einerseits die in der Literatur- und Sprachanalyse entdeckten Bedeutungswechsel in der Sprache und ihre Effekte mittels der Anhäufungen, überbietenden Vergleiche und lärmenden Steigerungen aus. Sie vermitteln ein Wissen jenseits logischer Schlüsse und faktengetreuer Wissenschaft. Und dieses Wissen ist, wie sich andererseits anhand der Steigerungsthematik auf der Gegenstandsebene des Textes zeigen lässt, das Wissen vom Fremdwerden des Bekannten oder Gesetzten: „Our letting-go of ourselves, self-alienations ...“ *Understanding Media* überträgt das Wissen vom Fremdwerden (in) der Sprache, das jede Lobrede vorführt, auf das Feld der Medien und begründet so eine Theorie der Medien. Es ist eine Theorie, welche die grundlegenden

34 abendländischen Kategorien und Gewissheiten aussetzt (vgl. Hörisch 2004, 70ff.) und stattdessen den Volten der *amplificatio* nachgeht.

Bisher erschienen McLuhans Theoretisierung der Medien als Erweiterungen des menschlichen Körpers und seine Aussagen über Selbstverluste durch diese Erweiterungen immer als schlechter Anthropomorphismus. Die Darstellung diverser Gegenstände und Technologien des täglichen Gebrauches als Ausweitungen bestimmter Körper- oder Sinnesfunktionen sind als weit hergeholte Analogisierungen kritisiert worden, die den historischen und technologischen Unterschieden in keiner Weise gerecht würden und die zudem den menschlichen Körper zum Dreh- und Angelpunkt aller menschengemachten Erscheinungen der Welt stilisierten und überhöhten (vgl. Kittler 1993, 188; Leeker 2008, 350f.; Tholen 2008). Diese Auffassung des medien-theoretischen Programmes McLuhans ist allerdings nur haltbar, solange man den stilistischen und den mit der Stilistik einhergehenden erkenntnistheoretischen Einsatz des rhetorischen Steigerungsmodells außer Acht lässt, das doch Pate steht für die Steigerungen der Medien. Was nämlich mit den Steigerungen der Rhetorik und der Medien nach *Understanding Media* gleichermaßen auf dem Spiel steht, ist die Identität des Gesteigerten. Die amplifizierenden Körperextensionen entsprechen nicht lediglich einfachen Hinzufügungen, Verstärkungen des Vorhandenen (vgl. McLuhan 2008, 12), sondern sie entsprechen einem wesentlichen Fremdwerden. Die einfache Rückführung von der Körperextension auf den menschlichen Körper oder ganz und gar auf den Menschen ist in der Steigerungseigenart der Ausweitungen gerade nicht gegeben. McLuhan ging es so gesehen nie um eine anthropomorphe Theoretisierung der Medien, sondern um die Erkenntnis einer wesentlichen Fremdheit, die Medien einführen und deren Modell die rhetorische Steigerung der Lobreden ist. Das ist meiner Ansicht nach der springende Punkt für eine allgemeine Medienwissenschaft, die fünfzig Jahre nach Erscheinen von *Understanding Media* das Lob der

Literatur

- Aristoteles. 2007. *Rhetorik*. Stuttgart: Reclam.
- Barthes, Roland. (1970) 1988. „Die alte Rhetorik.“ In *Das semiologische Abenteuer*, 15–101. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Bauer, Barbara. 1992. „Amplificatio.“ In *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*. Bd. 1, herausgegeben von Gert Ueding et al., 445–471. Tübingen: Niemeyer.
- Burke, Kenneth. 1951. „Rhetoric: Old and New.“ *Journal of General Education* 5 (3): 202–209.
- Burke, Kenneth. 1968. „Medium as ‚Message‘: Some Thoughts on Marshall McLuhan’s *Understanding Media: The Extensions of Man* (and, secondarily, on *The Gutenberg Galaxy*).“ In *McLuhan: Pro & Con*, herausgegeben von Raymond Rosenthal, 165–177. New York: Funk and Wagnalls.
- Cicero. 2004. *Orator/Der Redner*. Stuttgart: Reclam.
- Empson, William. (1930) 1949. *Seven Types of Ambiguity*. London: Chatto and Windus.
- Grampp, Sven. 2011. *Marshall McLuhan: Eine Einführung*. Konstanz: UVK.
- Groddeck, Wolfram. 2008. *Reden über Rhetorik: Zu einer Stilistik des Lesens*. Frankfurt a. M., Basel: Stroemfeld.
- Haverkamp, Anselm. 1998. „Einleitung: Die paradoxe Metapher.“ In *Die paradoxe Metapher*, herausgegeben von dems., 7–25. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Heilmann, Till A. 2014. „Ein Blick in den Rückspiegel: Zur Vergangenheit und Gegenwartigkeit von *Understanding Media*.“ *Navigationen* 14 (2): 87–101.
- Hörisch, Jochen. 2004. *Eine Geschichte der Medien: Vom Urknall zum Internet*. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.
- Kittler, Friedrich A. 1993. „Geschichte der Kommunikationsmedien.“ In *Raum und Verfahren*, herausgegeben von Jörg Huber, 169–188. Zürich: Stroemfeld, Roter Stern.
- Kopperschmidt, Josef. 1999. „Zwischen Affirmation und Subversion: Einleitende Bemerkungen zur Theorie und Rhetorik des Festes.“ In *Fest und Festrhetorik: Zu Theorie, Geschichte und Praxis der Epideixis*, herausgegeben von Josef Kopperschmidt und Helmut Schanze, 9–21. München: Fink.
- Lachmann, Renate. 1981. „Rhetorik: alte und neue Disziplin.“ *Berichte zur Wissenschaftsgeschichte* 4 (1–2): 21–29.
- Lausberg, Heinrich. 2008. *Handbuch der literarischen Rhetorik: Eine Grundlegung der Literaturwissenschaft*. Stuttgart: Franz Steiner.
- Leeker, Martina. 2008. „Camouflagen des Computers: McLuhan und die Neo-Avantgarden der 1960er Jahre.“ In *McLuhan neu lesen: Kritische Analysen zu Medien und Kultur im 21. Jahrhundert*, herausgegeben von Derrick de Kerckhove, ders. und Kerstin Schmidt, 345–375. Bielefeld: Transcript.
- Man, Paul de. 1987. „Der Widerstand gegen die Theorie.“ In *Romantik, Literatur und Philosophie*, herausgegeben von Volker Bohn, 80–106. Frankfurt a. M.: Suhrkamp.

- Matuschek, Stefan. 1994. „Epideiktische Beredsamkeit.“ In *Historisches Wörterbuch der Rhetorik*. Bd. 2, herausgegeben von Gert Ueding, 1258–1267. Tübingen: Niemeyer.
- McLuhan, Marshall. 1987. *Letters of Marshall McLuhan*, herausgegeben von Matie Molinaro, Corinne McLuhan und William Toye. Toronto, Oxford, New York: Oxford University Press.
- McLuhan, Marshall. (1964) 2008. *Understanding Media: The Extensions of Man*. London, New York: Routledge.
- Perelman, Chaim und Lucie Olbrechts-Tyteca. (1958) 2004. *Die neue Rhetorik: Eine Abhandlung über das Argumentieren*. 2 Bde., herausgegeben von Josef Kopperschmidt und übersetzt von Freyr R. Varwig. Stuttgart, Bad Cannstatt: Frommann-Holzboog.
- Platon. 1999. *Das Gastmahl oder Von der Liebe*. Stuttgart: Reclam.
- Quintilianus, Marcus Fabius. 1988. *Institutionis Oratoriae Libri XII/Ausbildung des Redners*. 2 Bde., herausgegeben und übersetzt von Helmut Rahn. Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft.
- Richards, Ivor Armstrong. 1936. *The Philosophy of Rhetoric*. New York, London: Oxford University Press.
- Richards, Ivor Armstrong. 1938. *Interpretation in Teaching*. London: Kegan Paul, Trench, Trubner & Co., Ltd.
- Ricks, Christopher. 1968. „The style is a viscous fog, through which loom stumbling metaphors.“ In *McLuhan Hot & Cool: A Primer for the Understanding of and a Critical Symposium with Responses by McLuhan*, herausgegeben von Gerald Emanuel Stearn, 244–250. Harmondsworth, Ringwood: Penguin Books.
- Tholen, Georg Christoph. 2008. „Mit und nach McLuhan: Bemerkungen zur Theorie der Medien jenseits des anthropologischen und instrumentellen Diskurses.“ In *McLuhan neu lesen: Kritische Analysen zu Medien und Kultur im 21. Jahrhundert*, herausgegeben von Derrick de Kerckhove, Martina Leeker und Kerstin Schmidt, 127–139. Bielefeld: Transcript.
- Vollhardt, Friedrich. 1995. „Zur Selbstreferenz im Literatursystem: Rhetorik, Poetik, Ästhetik.“ In *Literaturwissenschaft*, herausgegeben von Jürgen Fohrmann und Harro Müller, 249–272. München: Fink.
- Zinsmaier, Thomas. 1999. „Epideiktik zwischen Affirmation und Artistik: Die antike Theorie der feiernden Rede im historischen Aufriss.“ In *Fest und Festrhetorik: Zu Theorie, Geschichte und Praxis der Epideixis*, herausgegeben von Josef Kopperschmidt und Helmut Schanze, 375–398. München: Fink.