

Frank Haase

## Bernhard Pelzl: Die vermittelte Welt. Elemente für eine Medientheorie

2012

<https://doi.org/10.17192/ep2012.3.912>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Haase, Frank: Bernhard Pelzl: Die vermittelte Welt. Elemente für eine Medientheorie. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 29 (2012), Nr. 3, S. 313–317. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2012.3.912>.

### Nutzungsbedingungen:

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

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

### Terms of use:

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

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

## **Bernhard Pelzl: Die vermittelte Welt. Elemente für eine Medientheorie**

Wien: Böhlau 2011, 326 S., ISBN 978-3-205-78666-5, € 35,-

Das Vorhaben, das der Titel suggeriert, ist wahrlich ambitioniert. Der Begriff „Medientheorie“ besagt, dass es um Fundamentales geht: um Medien (im Plural) und um eine Theorie derselben. Merkwürdigerweise beschäftigt sich dieses Buch weder mit Medien noch mit deren Theorie. Stattdessen wird der Leser mit Glaubensätzen konfrontiert, die darin münden, dass der Mensch an sich ein Vermittelnder ist, indem er sich Welt „rekonstruiert“. Mit anderen Worten: der Mensch ist das Medium und sein Weltbezug ist Gegenstand der Auseinandersetzung. In diesem Sinne müsste das Buch eigentlich den Titel tragen: *Medium Mensch*.

Doch der Reihe nach: Nach einer Vorrede, in welcher der Verfasser seinen Ansatz des so genannten „epistemologischen Konstruktivismus“ (S.23)

skizziert, behandelt der erste Teil des Buches „Ästhetik: Über die Deutung der Welt durch ‚Denkgewohnheiten‘“, während der zweite Teil sich unter der Überschrift „Rhetorik: Über die Vermittlung der Welt durch Bestätigung der Denkgewohnheiten und Überzeugung“ auf Rhetorik konzentriert. Im dritten und letzten Teil geht es um den Zusammenhang von Semiotik und Erkenntnis: „Semiotik: Die Träger der Botschaften in der Vermittlung und die Frage, wie Erkenntnis entsteht“.

Zur Unterstützung des Gedankengangs fasst Bernhard Pelzl seine Grundaussagen in thetischer Form in einer „Medienbox“ zusammen:

„(1) Es gibt die wirkliche Welt, den wirklichen Kosmos. (2) Doch der Mensch hat keinen unmittelbaren Zugang zu ihr und kein unmittelbares

Verständnis von ihr. Deshalb muss ihm die Wirklichkeit vermittelt werden. (3) Ungeachtet der Unmöglichkeit der unmittelbaren Erkenntnis der Wirklichkeit ist der Mensch Teil der wirklichen Welt und damit wirklich wie diese. (4) Die Vermittlung der Erkenntnis der Wirklichkeit erfolgt in menschlichen Beziehungen. (5) Die Beziehungen sind bestimmt durch die Fähigkeiten der Wahrnehmung von Phänomenen, die eigene Wahrnehmungen mit den Wahrnehmungen von anderen zu vergleichen, die eigenen Wahrnehmungen sowie die Ergebnisse der Vergleiche mit den Wahrnehmungen von anderen zu bezweifeln, sich für eine bestimmte Deutung von Wahrnehmungen zu entscheiden und danach zu leben. [...] (12) Bilder und Zeichen werden nicht erst für das Gelingen des Vermittlungsprozesses generiert bzw. ausgewählt, sondern bestimmen bereits den vorhergehenden Erkenntnisprozess. Oder einfach ausgedrückt: Menschen vermitteln einander Bilder und denken in Bildern.“ (S.5–14).

Die Thesen, die Pelzl seinen Ausführungen zugrunde legt, machen deutlich, wie komplex und problematisch zugleich sein Ansatz ist. Da der Verfasser darauf verzichtet seine Grundannahmen streng philosophisch zu diskutieren, dafür seinen christlichen Glauben bemüht, ist es schwierig, hierauf angemessen zu reagieren. Vielleicht genügt der Hinweis, dass sich bereits Nikolaus von Cues Mitte des 15. Jahrhunderts ernsthafter mit solchen Fragen beschäftigt und die ontotheologische Dimension der hier angesprochenen „prima philosophia“ behandelt hat. Das „Wirklichkeits“-

Theorem, wie es der Verfasser postuliert, ist jedenfalls so nicht haltbar und letztlich für den Grundgedanken nicht wesentlich. Mit anderen Worten: der Trinitäts-Gedanke, der für die These der durch menschliche Kommunikation „vermittelten Welt“ bemüht wird, wird zwar direkt-indirekt angesprochen (S.23–24), aber nicht angemessen durchdacht. Auch hier nochmals der Hinweis auf Cusanus, der über die vermittelnde Funktion von Jesus Christus in Hinblick auf Gotteserkenntnis (bei Pelzl: der wirkliche Kosmos) wesentlich differenzierter reflektierte.

Die Fokussierung auf die Weltvermittelnde Rolle des Menschen und seinen Interpretationen von Welt hat merkwürdigerweise zur Folge, dass Medien selbst im Denken Pelzls keine Rolle spielen und in seinen spezifischen Analysen keine Berücksichtigung finden. Im Zentrum der Reflexionen steht die Frage nach der Bedeutung und dem Funktionszusammenhang der Zeichenerschließung von Welt durch den Menschen, ohne dass die Eigenleistungen von Medien in diesem Prozess berücksichtigt werden. Salopp gesprochen: Die Datenverarbeitung von Menschen (ausschließlich) steht im Mittelpunkt, aber die Frage, wie Daten zustande kommen (im weitesten Sinne), bleibt unreflektiert. Zwischen sinnlicher Wahrnehmung und medial vermittelter Wahrnehmung gibt es keinen Unterschied.

Sehr deutlich wird dies am Beispiel vom „Fernsehbericht ‚Regierungsantritt von Tony Blair am 2. Mail 1997: Modellbeobachtung“ (S.240–252). Dass es sich hier um einen Fernsehbericht

handelt, d.h. um einen audio-visuellen Text, übergeht Pelzl. Die „Kulturtechnik Fernsehen“ (Doelker) und damit die medienpezifische Dimension eines solchen Zeichen-Angebots bleibt unbeachtet, stattdessen wird auf fast schon naive Art und Weise die TV-Rezeption simplifiziert und auf den Gegensatz „individuelle Wahrnehmung“ vs. „Wahrnehmung durch Massenmedien“ reduziert, ohne dass das Medienspezifische angesprochen wird. Dass eine solche Auslassung von einem Medienprofi (Wissenschaftsjournalist beim ORF) vollzogen wird, darf als ärgerlich angemerkt werden.

Pelzls Buch ist eine populärwissenschaftliche Abhandlung, die einer akademisch geschulten Auseinandersetzung nicht standhalten kann. Ihre Grundthesen bedürften einer gewissenhaften Auseinandersetzung, die äußerst anspruchsvoll wäre, weil sie

philosophisch wie theologisch Fundamentales betreffen. In der hier dargebotenen Form banalisieren sie jedoch, statt zur Klärung beizutragen. In den Einzelanalysen zeigt sich, dass der Verfasser nicht über das notwendige medienwissenschaftliche (und philosophische) Handwerkszeug verfügt, um sich angemessen mit dem von ihm angesprochenen ‚ästhetischen Phänomenen‘ auseinanderzusetzen. Wer will, kann dies alles als Lesebuch begreifen, das einen sehr umfassenden Überblick über manche Grundfragen abendländischen Denkens gibt, aber er sollte sehr vorsichtig sein bei den Thesen und Schlussfolgerungen, die ihm geboten werden. Am Problematischsten sind immer so genannte Halbwahrheiten, die eine ernsthafte wissenschaftliche Auseinandersetzung vermissen lassen.

Frank Haase (Basel)