

Sven Grampp

Jürgen Fohrmann, Erhard Schüttpelz (Hg.): Die Kommunikation der Medien

2005

<https://doi.org/10.17192/ep2005.1.1669>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Grampp, Sven: Jürgen Fohrmann, Erhard Schüttpelz (Hg.): Die Kommunikation der Medien. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 22 (2005), Nr. 1, S. 50–53. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2005.1.1669>.

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.

Jürgen Fohrmann, Erhard Schüttpelz (Hg.): Die Kommunikation der Medien

Tübingen: Max Niemeyer Verlag 2004 (Studien und Texte zur Sozialgeschichte der Literatur, Bd. 97), 299 S. ISBN 3-484-35097-0, € 58,-

Die Kommunikation der Medien – dieser Titel ist mehrdeutig. Bezeichnet er doch zum einen Kommunikation in den und durch die Medien, zum anderen aber auch Kommunikation über die Medien. Hauptsächlich mit dem zweiten Aspekt

beschäftigen sich die Beiträge des im Kontext des Kulturwissenschaftlichen Forschungskollegs ‚Medien und kulturelle Kommunikation‘ entstandenen Sammelbandes.

Dass es dabei um Grundsätzliches geht, wird schon im ersten Beitrag, „Der Unterschied der Medien“ von Jürgen Fohrmann, deutlich. Fohrmann vertritt die These, dass man bei der Bestimmung eines Mediums gar nicht umhin kommt, Unterschiede zu anderen Medien zu konturieren, mithin das jeweilige Medium im Vergleich zu anderen zuallererst als spezifisches Medium zu ‚konstruieren‘. Da dies eine kommunikative Leistung ist, sind Medien nicht einfach ontologisch vorgängige Entitäten, seien es technische Apparaturen oder generell materielle Träger der Kommunikation. Sie sind vielmehr nur insofern spezifische Medien als dass sie im Vergleich mit anderen Medien kommuniziert werden. „[W]as sich über ein Medium sagen lässt, ergibt sich erst aus einem Medienvergleich [...]. Die entsprechenden Medienzuschreibungen und Mediendefinitionen sind folglich Produkte komparativer Analysen und der sie steuernden Interessiertheit.“ (S.7) Noch etwas genereller gewendet: Medien sind (eben auch) Produkte der Kommunikation.

Solch ein Ansatz erzeugt freilich umgehend Spannungen im medienwissenschaftlichen Forschungsfeld. Ist dort doch zumindest eines der zentralen Überzeugungen in dem Axiom gefasst, dass die technisch-apparative Verfasstheit eines Mediums unabhängig von den jeweiligen Inhalten wirkungsmächtig ist. Folglich kann auch die Kommunikation über Medien nicht der entscheidende Aspekt bei ihrer Untersuchung sein. In Bernhard J. Dotzlers Beitrag wird dies im Sammelband selbst deutlich. „Sowohl das Reden über sie [die Medien; SG] als auch das Reden in den Medien liefert als Analyseobjekt keineswegs die Medien selber, sondern einzig und allein einen Beweis mehr, daß Reden an Reden anschließen können, weiter nichts.“ (S.30) Statt der Analyse der Kommunikation über Medien fordert Dotzler – und hier folgt er ganz den Spuren Friedrich Kittlers – den Übergang von der Diskursanalyse à la Foucault zu einer Technikanalyse. Jedoch sollen die Diskurse zumindest nicht ganz aus dem Feld der Analyse verschwinden. Dotzler plädiert nämlich für eine Verschränkung der Analyse von (technischen) Medien und der sie begleitenden Diskurse, die als „Techno-Logie“ (S.35) verstanden werden und in deren Praktiken die Technik zuallererst Anwendung findet.

In den weiteren Beiträgen ist die Spannung zwischen Technik und Kultur/Kommunikation, im Gegensatz zu Dotzlers der Technik zugeneigtem Beitrag, eher zu Gunsten der kommunikativen Praxis und des kulturellen Kontextes aufgelöst. Es „neigen doch“, wie Fohrmann selbst in der Einleitung schreibt, „die meisten Beiträge zu einer kulturellen Fundierung des Medienbegriffs und nicht zu einer medientechnischen Fundierung der Kultur“. (S.1) Dabei wird das übergreifende

Thema ‚Medien und Kommunikation‘ aus unterschiedlichen Perspektiven und auf unterschiedlichen Ebenen beleuchtet.

Tobias Wendel untersucht aus ethnologischer Perspektive die kommunikative Aneignung von ‚modernen‘ Medien in afrikanischen Gesellschaften. Die Beiträge von Ludwig Jäger sowie von Gisela Fehrmann und Erika Linz gehen dagegen nicht von konkreten historischen Aneignungsformen aus, sondern analysieren aus zeichentheoretischer Perspektive generelle Strukturen des Medialen in der Kommunikation. Das Thema Intermedialität greifen Axel Fliethmann und Matthias Bickenbach in ihren Beiträgen auf. Während Fliethmann nicht müde wird, auf die Blindheit gängiger Intertextualitätstheorien (eine Blindheit für die mediale Verfasstheit des Gegenstandes) und ebenso auf die Blindheit diverser Intermedialitätstheorien (eine Blindheit für die eigene textuelle Verfasstheit) hinzuweisen, untersucht Bickenbach das Phänomen der intermedialen Bezugnahme am Beispiel der Fotografie und deren diskursiver Verarbeitung. Erhard Schüttpelz wiederum zeigt in seiner Untersuchung kolonialer Reiseberichte des 17. bis 20. Jahrhunderts, welche (macht-)strategischen Implikationen mit medialen Zuschreibungen und Differenzierungen zusammenhängen. Gerade durch diese Reiseberichte etablierte sich eine hochgradig normativ aufgeladene Dichotomie, die in der Theoriebildung bis hinein in die Medientheorien aufzufinden sei: die zwischen Oralität und Literalität.

In dem Beitrag ‚Rhetorik des Neuen‘, der mit knapp 100 Seiten immerhin ein Drittel des Gesamtumfangs des Bandes ausmacht, rekonstruieren die Autoren Leander Scholz, Hedwig Pompe, Albert Kümmel und Eckhard Schumacher über eine lange historische Reihe hinweg – vom Buchdruck bis zum Internet – die jeweiligen Debatten, die die gesellschaftliche Etablierung eines Mediums begleitet haben. In diesen Diskursen wird überhaupt erst festgelegt, was als Medium gelten und so zuallererst wirkungsmächtig werden kann. Die Autoren postulieren, dass diese historisch zum Teil sehr weit auseinander liegenden Diskussionen miteinander verglichen werden können, mehr noch: dass ihnen hinsichtlich der jeweiligen Argumentationsformen und der rhetorischen Strategien eine Strukturäquivalenz zukomme. „Es geht wiederholt um die behauptete Auslösung einer ‚Medienrevolution‘, die immer auch als eine solche verkauft werden soll.“ (S.178) Diese Medienrevolution wird nach Auskunft der Autoren immer so diskursiviert, dass ein etabliertes Medium als veraltet und durch ein neues überholt dargestellt wird: „[B]eginnend mit dem ‚ersten‘ Massenmedium Buchdruck wird das jeweils nächste Medium in unserer Reihe als das ‚massenmedialste‘ seiner Zeit präsentiert – die Mediendiskurse versprechen jeweils aufs Neue die Erfüllung der noch nicht erfüllten Versprechen seiner Vorgänger.“ (S.179) Die Pointe dabei: Im Gegensatz zu der Perspektive auf Mediengeschichte als permanente technische Innovation zeichnet sich bei der Untersuchung der Diskurse eine ‚Wiederkehr des immer Gleichen‘ ab.

Diskussionen über Medien untersuchen auch Torsten Hahn, Nicolas Pethes und Irmela Schneider im letzten Beitrag des Sammelbandes. Mit einem an Niklas Luhmann geschulten Vokabular analysieren die Autoren die Kommunikation über Medien im System der Massenmedien. Diese Kommunikationsformen lassen sich als ‚Mediendiskurse‘ verstehen, was die Doppelfigur ‚Diskurse in und Diskurse über Medien‘ fasst. Diesen Mediendiskursen wird eine spezifische Funktion zugeschrieben: Sie „lassen sich beobachten als Selbstbeschreibungen von Gesellschaft und damit auch als jenen Ort, an dem über gesellschaftliche Inklusion und Exklusion entschieden wird“. (S.275) In den „kommunikative[n] Wirklichkeitskonstruktionen“ (ebd.) der Mediendiskurse werden demzufolge auch nicht nur Medien bei ihrer Etablierung begleitet, sondern sie tragen entscheidend zu dem Gelingen und Misslingen möglicher Etablierung bei. Dabei geht es in den Mediendiskursen nicht nur um ein rationelles Abwägen des Für und Wider. Ganz im Gegenteil: „Mediendiskurse [...] sind geprägt durch Vorannahmen über Intersubjektivität und artikulieren Wunschvorstellungen, die spezifische Menschenbilder, Einschätzungen kultureller Prozesse oder Utopien einer idealen Medienutzung implizieren.“ (S.280) Am Beispiel der Diskussion um das Videogerät zeigen die Autoren die „diskursiven Projektionsflächen“ (S.289) auf, die sich zwischen Subversionsutopien und apokalyptischen Überwachungsstaat-Fantastien bewegen und mit bisherigen medialen Praktiken (etwa des Fernsehens) verglichen werden. Dabei werden gesellschaftliche Selbstbeschreibungen generiert, in denen die Gesellschaft als technisch-medial begründete kommuniziert wird und sich so als ‚imaginäre Einheit‘ beschreiben und stabilisieren lässt. Diese Mediendiskurse konturieren somit Medien in spezifischer Weise, die nicht auf die technisch-materielle Verfasstheit einer Apparatur zurückzuführen ist. Auch hier findet sich also die „kulturelle Fundierung des Medienbegriffs“ (S.1), von der Fohrmann in der Einleitung spricht.

Aus der in den meisten Aufsätzen etablierten Fundierung des Medienbegriffs als einen der kommunikativen Aushandlung ergibt sich zwangsläufig die Relevanz, das Reden über Medien höher einzustufen, als es in der technisch-apparativen Medienforschung bisher geschehen ist. Blenden die technikzentrierten Ansätze die kulturellen und kommunikativen Faktoren weitgehend aus, so besteht umgekehrt die Gefahr der kulturell und kommunikativ begründeten Medienforschung darin, die eben auch technischen Wahrnehmungsanordnungen medialer Komplexe zu Gunsten eines reinen Diskurses über Medien auszublenden. Der Diskurs über das Kino etwa ist nicht der Kinobesuch selbst und die Effekte der Wahrnehmungsanordnung lassen sich wohl kaum allein aus den diskursiven Vorgaben ableiten. Als kommunikativ und kulturell fundierte *Korrektur* technikzentrierter Forschung in der Medienwissenschaft aber liefert der Sammelbandband *Die Kommunikation der Medien* facettenreiche und spannende Ansatzpunkte.

Sven Grampp (Erlangen/Nürnberg)