

Reiner Matzker: Das Medium der Phänomenalität. Wahrnehmungs- und erkenntnistheoretische Aspekte der Medientheorie und Filmgeschichte

München: Wilhelm Fink Verlag 1993, 228 S., DM 48,-

Wahrnehmungstheorien bilden einen Teil medientheoretischer Überlegungen und wurden in den letzten Jahren verstärkt diskutiert. Gegenstand der vorliegenden Untersuchung "ist ihrem Titel zufolge eine der heutigen Medienauffassung vorgeordnete phänomenologische Variante, die zur Erläuterung einer Deutung des Mediums als Vehikel subjektiver Konstitution der Dinge sowie als Mittel technischer Substitution und Anthropomorphisierung betrachtet werden soll. Gemeint ist jene Mediensphäre, in der die Phänomene des Wahrnehmungsvollzuges in Erscheinung treten: Edmund Husserl spricht in seinen Untersuchungen von einem 'Medium der Phänomenalität'" (S.7). Leider gehört der Substantiv-Stil sowie der Hang zu einer Sachverhalte eher verrätselnden als erhellenden Syntax zu den durchgängigen Merkmalen dieser Arbeit, was für die Lektüre ausgesprochen ermüdend ist. Das ist kein Plädoyer, komplizierte Sachverhalte einfach auszudrücken, sondern ein Hinweis auf einen Mangel an sprachlicher Souveränität!

Die Arbeit ist in drei Teile gegliedert. Ziel des ersten Teils ist es, die "philosophische Disposition der Medientheorie" zu erläutern. Berkeley, Hume, Kant, Fichte, Franz Brentano, Edmund Husserl, Henri Bergson, Wilhelm Schapp sind die Stationen. Die Liste der Namen ist ein Hinweis auf die Geschwindigkeit, mit der hier philosophiegeschichtlich wichtige Entwürfe abgehandelt werden und zeigt auch einen gewissen Zufall der Auswahl. Matzker erläutert zwar jeweils, was er paradigmatisch am Werk eines Philosophen zeigen will, aber es fehlen Hinweise zu Selektionskriterien. Es fehlt auch der Hinweis, warum nach Bergson ein vergleichsweise unbekannter Philosoph wie Wilhelm Schapp verhandelt wird - vielleicht, weil sich hier Matzkers Grundthese besonders deutlich darstellen läßt, daß der phänomenologische Ansatz Schapps "mit grundlegenden Intentionen der Medien Film und Photographie [korrespondiert; I.S.], die

die künstlerische Fixierung durch die technisch verbesserte Realitäts-wiedergabe stärker denn je zur Dokumentation des Realen erheben. Daß der Wirklichkeitswert dieser Medien einer [sic] Verwechslung von Tatsächlichkeit und Täuschung ermöglicht, läßt die den Täuschungen des Wirklichkeitserlebens ausgesetzte Phänomenologie gleichzeitig jedoch auch zur subjektiven Theorie der Ästhetisierung des Wirklichkeitserlebens sich entwickeln" (S.74f.).

Der zweite Teil beschäftigt sich mit "phänomenologische[n] Aspekten der Mediengeschichte". Matzker stellt in einem - wiederum sehr schnellen und damit auf Details verzichtenden - Überblick dar, wie sich historisch Wahrnehmungsprozesse durch technologische Wahrnehmungsapparate verändern, welche Bedeutung technologisch gestützte Wahrnehmungen für die Wahrnehmung von Natur, Umwelt, Gesellschaft haben. Im Mittelpunkt stehen dabei die Entwicklung der Photographie, die Matzker mit Rückbezug vor allem auf Walter Benjamin diskutiert, und Überlegungen zum expressionistischen Film, wobei er immer wieder Beziehungen zum ersten Teil seiner Arbeit herstellt. Von den "Theoriebildungen heutiger Zeit" (S.92), die die Phänomenologie erklärtermaßen philosophisch aufarbeiten soll, bleiben allerdings in der Arbeit die meisten unerwähnt. Der Umschlag in eine medienkritische Perspektive, wie Matzker ihn gegen Ende vornimmt und sich dabei vor allem auf Arbeiten von Franz Dröge bezieht, bleibt hinter Differenzierungen zurück, die in seinem eigenen philosophiegeschichtlichen Abriss angelegt sind.

Im dritten Teil schließlich geht es um "Medientheorie als Theorie der Intersubjektivität". Hier referiert Matzker unterschiedliche theoretische Ansätze - Karl Bühlers "Ausdruckstheorie", Auszüge aus dem filmtheoretischen Werk von Balázs, Sartres *Versuch einer phänomenologischen Ontologie*, Merleau-Pontys *Phänomenologie der Wahrnehmung*, *Problem der Relevanz* von Alfred Schütz -, um dann, wie bereits erwähnt, mit Bezug auf Franz Dröges Arbeiten medienkritische Schlußfolgerungen zu ziehen, die auch ganz aktuelle Beispiele berücksichtigen: "Die Firma Sony hat in ihrer Werbung die Medienwirklichkeit derart weit vorangetrieben, daß wir uns des Fernsehgerätes als eines Getränkeautomaten bedienen können. Selbst der Konsum soll nicht länger die Öffentlichkeit konstituieren; die Beschwörung der Verdinglichung übernatürlicher Zusammenhänge, die 'hyperreale Vollendung', kennzeichnet den Imp

Der Versuch, phänomenologische Ansätze mit Entwicklungen der Medien zu korrelieren, ist vom Ansatz her interessant. Die Grenzen solcher Korrelationen müßten allerdings deutlicher werden und ebenso sollten die Differenzierungen zumindest benannt werden, die damit aus dem Blickfeld geraten: Differenzierungen, die die funktionale Bestimmung der Medien Photographie, Film und Fernsehen betreffen, ebenso wie Differenzierungen hinsichtlich des Aspekts der Massenmedien, die mit je unterschiedlichem historischem Gewicht kollektive Phantasien binden.

Irmela Schneider (Köln/Siegen)