

Remediation: Understanding New Media: Besprechung

Von Jörn Glasenapp

Nr. 14 – 26.11.2000

Der keineswegs zufällig auf Marshall McLuhans Medienklassiker *Understanding Media* von 1964 rekurrierende Untertitel der hier zur Diskussion stehenden Studie ist zweideutig: So bezeichnet die gegenüber McLuhan vorgenommene Erweiterung um das Attribut "new" einerseits die Medien, um welche es dem Verfasserteam in Sonderheit zu tun ist, d.h. die digitalen bzw. Neuen Medien, zum anderen jedoch auch den Innovationsprozeß der medialen Entwicklung, der immerzu neue Medien hervorbringt – und zwar grundsätzlich nach einem etwas verkürzt als 'fortschreitende mediale Einverleibung' zu charakterisierenden Prinzip, welches der kanadische Medienpionier in *Understanding Media* bekanntlich wie folgt beschreibt: "[T]he 'content' of any medium is always another medium. The content of writing is speech, just as the written word is the content of print, and print is the content of the telegraph." Sich explizit auf McLuhans These beziehend, sprechen die beiden Wissenschaftler vom *Georgia Institute of Technology* in diesem Zusammenhang von *remediation*, die sie als "representation of one medium in another", als "the way in which one medium is seen by our culture as reforming or improving upon another" bzw. als "the formal logic by which new media refashion prior media forms" (S. 45, 59, 273) bezeichnen.

Die (ausnahmslos dem visuellen Bereich entstammenden) Beispiele, die uns die Autoren zur Verdeutlichung ihres zentralen Konzeptes präsentieren, sind ebenso zahlreich wie einschlägig und reichen von der ihre analoge Vorgängerin remediatisierenden digitalen Photographie über Computerspiele wie *Myst* (von Bolter und Grusin überaus eindringlich als Allegorie vom Ende des Buches gedeutet [S. 94-96]) oder *Doom*, welche die Kameraperspektive aus dem Film übernehmen und gewissermaßen als interaktive Detektiv- bzw. Actionfilme um die Gunst des Konsumenten werben, bis hin zum World Wide Web, welches als – so könnte man sagen – 'Remediationsschwamm' nahezu alle visuellen und verbalen Medien in sich aufnimmt. Jedes Medium "responds to, redeploys, competes with, and reforms other media" (S. 55), argumentieren die Verfasser, die ein Medium ohne *remediation* als schlechterdings nicht vorstellbar erachten. "[A]ll mediation is remediation" (S. 55), lautet denn auch ihre zentrale Behauptung, derzufolge ein Medium denkbar knapp als "that which remediates" (S. 65) zu definieren ist.

Niemals allein operierend, ist jedes Medium durch sein Verhältnis zu anderen Medien bestimmt, und es ist leicht einzusehen, daß dieses Verhältnis zwar neutral oder respektvoll sein kann (etwa wenn digitale Textarchive wie *The Gutenberg Project* Werke der Weltliteratur im Internet bereitstellen), nicht selten jedoch von Rivalität bestimmt ist und somit die "battle of remediation" (S. 69) entbrennt, bei der es um nichts geringeres als die eigene Existenz geht. In diesem Falle läuft der Remediationsakt auf Kosten des remediatisierten Mediums ab, dessen Vorteile der medialen Weiterentwicklung als Ausgangspunkt dienen, dessen Defizite dagegen genutzt werden, um die Überlegenheit des remediatisierenden Mediums um so deutlicher herauszustreichen: "Each new medium is justified because it fills a lack or repairs a fault in its predecessor, because it fulfills the unkept promise of an older medium." (S. 60)

Als Beispiel mag die in Buchform vorliegende Enzyklopädie dienen, welche, Beethovens Musik allein beschreibend, von ihren immer zahlreicher auf den Markt geworfenen CD-ROM-Nachfahren heftig attackiert wird (zur Krise der Druck-Enzyklopädien vgl. unter anderem Dieter E. Zimmers jüngst erschienene Studie *Die Bibliothek der Zukunft*), die zwar an der grundsätzlichen Lexikonstruktur, d.h. der Aufteilung in alphabetisch geordnete Artikel etc., festhalten, den vom Leser zum Multimedia-Adressaten beförderten Rezipienten neben dem Text jedoch zudem noch mit einer Hörprobe erfreuen. Vergleichbares läßt sich über den Film sagen, der auf der Belichtungstechnik der Photographie fußt, deren seit jeher immer wieder vorgebrachtes Realitätsversprechen allerdings durch die hinzugewonnene Dimension der Bewegung, schließlich auch des Tons besser einzulösen vermag.

Beide Beispiele lassen offenkundig werden, daß die Medienentwicklung keineswegs willkürlich verläuft, sondern einer treibenden und richtungsgebenden Kraft zu gehorchen scheint, die Bolter und Grusin in "our apparently insatiable desire for immediacy" bzw. unserer "desire to get beyond the medium to the objects of representation themselves" (S. 5, 83) ausmachen. Diese schreibe nun vor, "that the medium itself should disappear and leave us in the presence of the thing represented" (S. 6) – eine Forderung, welcher der Lexikonartikel über Beethovens Musik nicht einmal in Ansätzen gerecht wird, um deren Erfüllung sich jedoch bereits Giotto etwa mit seinen Arenafresken, nach ihm zahlreiche Renaissancemaler unter anderem mit der Einführung der Zentralperspektive bemühten und mit deren vergleichsweise weitgehenden Einlösung der Film ein Milliardenpublikum erreicht. Cyberenthusiasten schließlich prophezeien, daß mit der Perfektionierung der Virtual Reality-Technologie, deren beachtliche Fortschritte die Verfasser in einem Einzelkapitel herausstellen (S. 161-167), die "quest for immediacy" (S. 267) ein Ende haben werde, da das Transparenzideal, d.h. das komplette Zurücktreten der Mediation zugunsten einer vollständigen Illusion einer unmittelbaren authentischen Erfahrung, dann erreicht sei. Dies mag zwar stimmen, doch solle man sich, so das Autorenteam, bei aller Begeisterung davor hüten, die medialen Voraussetzungen

der Virtual Reality zu übersehen, deren Rekurs auf frühere Point-of-view-Technologien, allen voran den Film, nur zu offenkundig ist (vgl. in diesem Zusammenhang auch Bolters Aufsatz "Die neue visuelle Kultur" in *telepolis* 2 (1997), S. 84-91).

Bolters und Grusins Grundthese, daß "[w]henver one medium seems to have convinced viewers of its immediacy, other media try to appropriate that conviction" (S. 9), behält somit auch und vor allem hier ihre Gültigkeit, sie soll jedoch nicht den Eindruck erwecken, daß der 'Einverleibungsprozeß' der *remediation* allein durch die jeweils neuen Medien in Gang gehalten wird, welche sich Aspekte der alten, zu bloßen Ideenlieferanten degradierten Medien zu eigen machen. Nein, auch letztere – und gerade letztere, da sie ja durch die voranschreitende Medienevolution in ihrer Existenz besonders bedroht sind – nehmen aktiv am Remediationskampf teil, etwa wenn Filmemacher wie James Cameron in *Terminator 2* oder Stephen Spielberg in *Jurassic Park* exzessiven Gebrauch von Computergraphiken machen, um somit die *immediacy* ihrer Produkte zu steigern. Die Verfasser sprechen in diesem Fall von einer *retrograde remediation* (S. 147-149).

Definiert als "style of visual representation whose goal is to make the viewer forget the presence of the medium (canvas, photographic film, cinema, and so on) and believe that he is in the presence of the objects of representation" (S. 272f.), wird *immediacy* von den einzelnen Medien auf unterschiedliche Art und Weise angestrebt, wobei Bolter und Grusin neben der in fast allen hier zur Diskussion stehenden Medien zum Einsatz kommenden Zentralperspektive vor allem die Interaktivität (etwa bei Computerspielen und Virtual Reality), die 'Live'-Vermittlung (beim Fernsehen) und die etwa bei der Photographie vorliegende Reduzierung der "visible signs of agency" (S. 27) als rezipienteninvolvierende und *immediacy*-verstärkende Methoden profilieren.

Gewissermaßen als stets präsenten alter ego der *immediacy* fungiert – und hiermit kommen wir zur letzten der drei Hauptkategorien – die *hypermediacy*, welche als "style of visual representation" charakterisiert wird, "whose goal is to remind the viewer of the medium." (S. 272) Von Theoretikern wie Clement Greenberg, Boris Groys und anderen vor allem mit der Kunst der Moderne in Verbindung gebracht, die das Transparenzideal der illusionistischen Malerei vehement in Frage stellte und sich anstedessen der – so Groys in *Unter Verdacht* – "Verkündigung der Botschaft des Mediums" widmete, hat auch die *hypermediacy* eine lange Geschichte, weist bereits mit den kaligraphisch überaus aufwendigen mittelalterlichen Handschriften frühe Beispiele auf, an die sich etwa mit den barocken 'Wunderkammern', metareflexiven Gemälden wie Velásquez' *Las Meninas*, Collagen und Fotomontagen weitere einschlägige Beispiele anschließen. Gegenwärtig ist es vor allem das als "perhaps our culture's most influential expression of hypermediacy" (S. 43) apostrophierte World Wide Web, welches der

Logik der *hypermediacy*, den Akt der Mediation offen zur Schau zu stellen, voll und ganz entspricht.

"In every manifestation, hypermediacy makes us aware of the medium or media and (in sometimes subtle and sometimes obvious ways) reminds us of our desire for immediacy" (S. 34), konstatieren die Verfasser, die darauf hinweisen, daß die der *hypermediacy* verpflichteten Technologien und Medien(konfigurationen) trotz aller Kennzeichen, die sie von ihren *immediacy*-Verwandten unterscheiden, letztlich dasselbe Ziel wie diese verfolgen: und zwar "the real", welches fernab jeder Lacanschen oder metaphysischen Bedeutung von Bolter und Grusin schlicht als "that which would evoke an immediate (and therefore authentic) emotional response" (S. 53) definiert wird.

Während nun bei der *immediacy* auf das mehr oder minder erfolgreiche Leugnen der Mediation bzw. die Eliminierung des Signifikanten gesetzt wird, um den Rezipienten die Objekte der Repräsentation bzw. die Signifikate als möglichst real erleben zu lassen, so rückt die *hypermediacy* die Mediation in den Vordergrund, "to create a feeling of fullness, a satiety of experience, which can be taken as reality." (S. 53) Multimedia-Spektakel wie etwa die Auftritte der Rockband *U2* lassen diese Tendenz der *hypermediacy* nur zu offenkundig werden, doch auch Malewitsch bietet bei seinem *Schwarzen Quadrat* letztlich alles ihm in der Macht stehende auf, um dessen Betrachter an der medialen Oberfläche festzuhalten und ihm diese als authentischen realen Eindruck zu vermitteln.

Nicht ganz so radikal wie der Suprematist mit seiner Ikone der Moderne verfährt Richard Hamilton mit seiner Fotocollage *Just What Is It That Makes Today's Homes So Different, So Appealing?*, die den Betrachter zu einem zwischen An- und Hindurchschauen ständig oszillierenden Rezeptionsakt provoziert – ein Merkmal, das selbst photorealistische, d.h. scheinbar ganz der Transparenz verpflichtete Bilder etwa eines Ralph Goings kennzeichnet: "Goings and other photorealists seem to be returning to the strategy of transparency in order to achieve immediacy – except that in vigorously reforming earlier painting and photography, these artists make us intensely aware of the medium and ultimately of themselves as mediators. We look not only through the canvas, but very much *at* the canvas in order to discover how the careful effacing is achieved and whether we can see 'flaws,' places where the paint reveals itself." (S. 121)

Und letztlich lassen sich in dieser Reihe auch Hollywood-Großproduktionen wie Spielbergs *Jurassic Park* nennen, dessen computeranimierte Dinosaurier einen erstaunlich hohen Grad an Transparenz erzielen, jedoch gerade dadurch mittelbar die Mediation betonen. Denn natürlich ist die Prüfung der Echtheit des Unechten (wir alle hörten beim Verlassen des Kinosaals Kommentare wie: 'Bei dem Brontosaurus sah man aber, daß er nicht echt war!'), d.h. das Verharren an der medialen Oberfläche ein wesentlicher Grund für die Attraktivität eines Filmes, der somit in

besonders augenfälliger Weise Bolters und Grusins These bestätigt, daß *immediacy* ohne *hypermediacy* schlechthin nicht zu denken ist, daß letztere als notwendige Konsequenz aus ersterer hervorgeht.

Hierfür zeichnet neben den genannten Gründen vor allem der Umstand verantwortlich, daß jeder neue Schritt in Richtung *immediacy* die Limitationen des remediatisierten Mediums sowie die Vorteile des remediatisierenden neuen Mediums und damit eben auch dessen Medialität unterstreicht – eine These, die die Verfasser unter anderem durch einen Hinweis auf Kathryn Bigelows Science Fiction-Film *Strange Days* zu verdeutlichen suchen, in welchem der Protagonist Lenny die von ihm vertriebene Technologie SQUID, ein Dispositiv zur Konsumption eigener bzw. fremder, auf Diskette gespeicherter früherer Erlebnisse, einem Kunden als "not like TV only better" anpreist und gerade dadurch an die Medialität seines Mediums erinnert. "Although transparent technologies try to improve on media by erasing them, they are still compelled to define themselves by the standards of the media they are trying to erase" (S. 54), erklären die Verfasser, um an anderer Stelle die "desire for immediacy" als stets unbefriedigte zu charakterisieren: "[T]ransparent technologies [...] cannot satisfy that desire because they do not succeed in fully denying mediation. Each of them ends up defining itself with reference to other technologies, so that the viewer never sustains that elusive state in which the objects of representation are felt to be fully present." (S. 236)

Das grundsätzliche Scheitern der "quest for immediacy" nun machen die Autoren für die Attraktivität der *hypermediacy* verantwortlich, die eine Art Sublimierung der 'Transparenz- bzw. Unmittelbarkeitslust' bewirkt, welche die Qualität der *immediacy* gewissermaßen umdeutet und letztere eben nicht im medial Präsentierten, sondern in der Mediation selbst zu finden sucht: "Whenever we engage ourselves with visual or verbal media, we become aware not only of the objects of representation but also of the media themselves. Instead of trying to be in the presence of the objects of representation, we then define immediacy as being in the presence of media. This fascination with media works as the sublimation of the initial desire for immediacy" (S. 236), verdeutlichen Bolter und Grusin ihre ebenso scharfsinnige wie weitreichende These, die den beeindruckenden argumentativen Schlußpunkt ihrer in jeder Beziehung gelungenen Studie bildet.

Freilich ist der Erfolg derselben – daran besteht kein Zweifel – zu einem nicht unwesentlichen Maße den Erkenntnissen zahlreicher Vorgänger, unter anderem McLuhan, Greenberg, Harold Bloom und Paul Levinson geschuldet, von denen sich Bolter und Grusin nachhaltig beeinflusst zeigen. Dennoch gelingt es letzteren, die Argumentationslinien ihrer Vorgänger immer wieder entscheidend zu erweitern bzw. zu korrigieren, sei es, daß sie das von Greenberg unter anderem in "Towards a Newer Laocoon" und "Modernist Painting" so eindringlich beschriebene modernistische Bekenntnis zur Medialität als Konstante der Medienentwicklung allgemein profilieren und dieses somit aus der Nische einer esoterischen

Elitenkunst befreien, sei es, daß sie Blooms zum ersten Mal in *The Anxiety of Influence* ausführlich präsentierte und in *The Western Canon* einer breiteren Öffentlichkeit nahegebrachtes Revisionskonzept, demzufolge die Literaturgeschichte als ein fortwährender Überlebenskampf von Autoren mit ihren kanonischen Vorbildern zu gelten habe, auf die Medienentwicklung applizieren oder sei es, daß sie Levinsons in *Human Replay* und *The Soft Edge* vorgestelltes teleologisches Modell einer – so Levinson – 'anthropotropischen' Medienevolution um das Konzept der *retrograde remediation* bereichern, mittels derer ältere Medien ihren Status innerhalb des sich fortlaufend ändernden Medienangebotes zu sichern suchen.

Vor allem jedoch kommt dem Autorenteam das (durch die vorliegende Rezension hoffentlich deutlich gewordene) Verdienst zu, dem Leser ein umsichtiges und ausgesprochen operationalisierbares Modell zur Beschreibung medienevolutionärer Prozesse an die Hand zu geben, welches – so bleibt zu hoffen – die medienwissenschaftliche Diskussion nicht unwesentlich bereichern wird. Daß dieses von den Verfassern im übrigen stilistisch sehr elegant und klar vorgetragene Modell zudem in einer überaus ansprechenden Edition präsentiert wird, welche neben einem ebenso ausführlichen wie anwenderfreundlichen Register zahlreiche Abbildungen und Farbfotos sowie ein Glossar aufweist, darf als besonderes Glück angesehen werden.

Remediation: Understanding New Media

Jay David Bolter und Richard Grusin

Cambridge, Massachusetts: MIT Press 1999. XI, 295 S. \$ 17.95