

Norbert M. Schmitz

## Joachim Knappe (Hg.): Medienrhetorik

2005

<https://doi.org/10.17192/ep2005.3.1577>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

### Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schmitz, Norbert M.: Joachim Knappe (Hg.): Medienrhetorik. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 22 (2005), Nr. 3, S. 326–328. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2005.3.1577>.

### 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.

### **Joachim Knappe (Hg.): Medienrhetorik**

Tübingen: Attempto-Verlag 2005, 262 S., ISBN 3-89308-370-7, € 36,90

Medienrhetorik ist eine vielversprechende Disziplin und scheint dem Autor dieser Rezension ein wesentliches Korrektiv gegenüber allzu ontologisch oder spekulativ orientierten medienwissenschaftlichen Ansätzen zu sein. Verwunderlich ist allerdings, dass der Tübinger Medienrhetoriker Joachim Knappe das Thema einer einschlägigen Vortragsreihe mit der Frage „Hatte McLuhan recht?“ (S.8) anzugehen versuchte. Insgesamt dürfte heute gerade aus der Sicht der pragmatisch orientierten Rhetorik allenfalls die Suggestivität der McLuhan'schen Sprache beleuchtet werden bzw. für den Wissenschaftshistoriker die Frage nach Bedeutung für die jüngere Diskursgeschichte oder dem Medienwissenschaftler nach fruchtbaren Denkanstößen des Kanadiers von Interesse sein. Knappe hingegen kritisiert die erhellenden Analysen Rainer Leschkes und dessen Forderung nach Verwissenschaftlichung, da McLuhans Ansätze für ihn „eher ästhetisch zusammengeklautete Ketten von Merkmalen“ nach „Simularitätsgesichtspunkten“ (Vgl. Rainer Leschke: *Einführung in die Medientheorie*, München 2003, S.250) darstellen. Er verwirft Leschkes Vorwurf „Argumentation wird durch Rhetorik“ (ebd.) ersetzt. Die Kritik Knappes widerspricht jedoch abgesehen von manchen epistemologischen Unklarheiten vor allem den dann entwickelten eigenen – m.E. oft erhellenden – Thesen. Da heißt es jenseits eines erneuten Versuches, den eigenen Ansatz mal wieder zum Leitparadigma zu erheben, nüchtern: An den Begriff der Medienrhetorik „knüpft sich die Hypothese, dass Medien vermutlich

ein rhetorisches Potenzial haben, also dass Medien in ihrer Eigenschaft *als Medien* rhetorische Effekte entfalten. Im kommunikativen Zusammenhang müsste sich dieser *appeal* der Medien nutzen lassen, um im Sinne der Rhetorik kommunikative Ziele zu befördern.“ (S.7) Aber eben dies ist nicht – wie Knappe meint – eine „Implikatur des berühmtesten aller Sätze McLuhans ‚Das Medium ist die Botschaft‘“ (S.7), sondern dessen Negation. Knappes pragmatisch orientierte Rhetoriktheorie selbst trägt dazu bei, das Medium wieder sehr deutlich von seiner instrumentellen Funktion her zu betrachten. D.h. nicht das Medium ist die Botschaft, sondern es definiert einen Rahmen, in dem Kommunikation jeweils spezifische Möglichkeiten und Grenzen findet. Doch hierzu reichte das alte Kriterium der Form-Inhaltsadäquanz lange vor jeder neueren Medientheorie, denn dass etwa Kupferstich und Holzschnitt, Zeitung und Fernsehen Inhalt und Charakter, vor allem aber Effekte prägen, ist eigentlich eine Selbstverständlichkeit, auf der die *actio*, die Performanz der klassischen Rhetorik eines Demosthenes (vgl. S.35), schon aufbaute. Und eben dies zeichnet Rhetorik als angewandte Disziplin aus, die schlicht prognostische Aussagen über optimale Effekte zu erstellen versucht, sei es die rechte Haltung des Mediums Körper seitens des Orators, sei es das sinnvolle Produktplacement in den unterschiedlichen Medien zeitgenössischer Werbung. Mit Recht klagt Knappe die deutliche Unterscheidung zwischen Medium, Kode und Textur ein und beobachtet etwa bei McLuhan trennscharf die häufige Verwechslung der „wahrnehmungstheoretischen mit der zeichentheoretischen Ebene“ (S.33). Im Sinne der Rhetorik geht er dabei sinnvollerweise von einem relativ engen Medienbegriff aus, der sich an pragmatischer Kommunikation orientiert. Allerdings leuchtet eine gewisse Beschränkung gerade im visuellen Bereich nicht ein. Natürlich ist auch Malerei ein Medium, dessen effektive Kommunikation die Bildrhetorik untersucht. Knappe lässt sich vielleicht zu sehr von einer ästhetizistisch argumentierenden Medientheorie beeindrucken, die bestimmte künstlerische Konzepte schlicht mit dem Medium verwechselt.

Dieser Einschränkung eingedenk ist die pragmatische Engführung auf die Rhetorik der Medien – Knappe unterscheidet noch zwischen Medienrhetorik und Medialrhetorik als jenem „fachlichen Bereich der Disziplin Rhetorik [...], der sich mit rhetorikrelevanten Problemen der Medialität beschäftigt“ (S.7) – sicherlich begrüßenswert. Dem Autor sind die häufig vorsichtigen und deutlich auf das eigene Erkenntnisinteresse bezogenen Kategorisierungen hoch anzurechnen – denn letztlich wird es keine substantielle, gar ontologische abschließende Mediendefinition geben, vielmehr leitet sich ein wissenschaftlich fruchtbarer Umgang mit dem Begriff Medium immer aus je anderen Fragekontexten ab. Ob man etwa die Eisenbahn oder das Geld als Medium beschreibt, ist allein aus der Relevanz der Perspektivierung einer Fragestellung beispielsweise der Zivilisations- oder Systemtheorie zu beurteilen. Je nachdem, ob es um Medialisierung als Strukturmerkmal der neuzeitlichen Gesellschaft oder um die systemische Organisation derselben geht, kommt man notwendigerweise zu unterschiedlichen

Definitionen, auch anderen, als denen der Medienrhetorik. Diese deutlich ins Feld gebracht zu haben und häufig gegenüber den Überfrachtungen der allgemeinen Medienwissenschaft abzugrenzen, bleibt ein Verdienst Knapes. Man würde dem Autor ein noch deutlicheres Insistieren auf die Relevanz der Rhetorik schon im vorwissenschaftlichen Feld wünschen. Denkt man an die postmoderne Kritik der Medienrealität der Golfkriege zurück, würde man sich das heilsame Gegengift rhetorischer Kenntnisse wünschen. Das amerikanische Militär hat jedenfalls deren empirisch-pragmatisches Wissen auf erfindungsreichste Weise auf die Eigengesetzlichkeiten der neuesten Medien anzuwenden verstanden.

Leider halten nicht alle Beiträge des Sammelbandes die Höhe der Argumentation Knapes, häufig treten auch interessante Überlegungen hinter die allgegenwärtige Fokussierung auf McLuhans Thesen zurück. Dieser scheint mir nun wirklich keine Leitfigur der Medienrhetorik als Wissenschaft darzustellen; allerdings war er zweifellos ein glänzender Rhetoriker. Deshalb hätte die Frage der Ringvorlesung wohl lauten müssen: „Weshalb ist die Rhetorik McLuhans so erfolgreich?“

Norbert M. Schmitz (Kiel/Wuppertal)