

Sammelrezension: Der Medienbegriff in der Medientheorie und -philosophie

Stefan Münker, Alexander Roesler (Hg.): Was ist ein Medium?

Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2008, 341 S., ISBN 3978-3518294871, € 13,-

**Nele Heinevetter, Nadine Sanchez: Was mit Medien...
Theorie in 15 Sachgeschichten**

München: Fink [UTB] 2008, 227 S., ISBN 978-3825229948,
€ 17,90

Auf den ersten Blick könnten die Herangehensweisen nicht unterschiedlicher sein. Während sich der Band *Was ist ein Medium?* mit zumeist renommierten Beitragenden auf hohem intellektuellen Niveau und auf klassisch Suhrkamp'sche Weise mit den Medien beschäftigt, verfolgt der Band *Was mit Medien...* die Idee einer „Theorie in 15 Sachgeschichten“, einer zeitgemäßen Einführung. Das Buch ist Bestandteil der „Bachelor-Bibliothek“, wobei der Untertitel eher etwas plump gewollt witzig an eine berühmte Sendung des öffentlich-rechtlichen Fernsehens für Kinder und Grundschüler erinnert. Gemein ist beiden Bänden allerdings das begründete Anliegen, unsere Medienwelten, in denen wir leben, auf verschiedenen Abstraktionsniveaus begreifen zu wollen und dazu bereits getätigte Überlegungen aus vor allem Medien/Medium-Philosophie und -theorie zu nutzen. Wobei *Was ist ein Medium?* erwartungsgemäß voraussetzungsvoller als *Was mit Medien...* angelegt ist.

„In einer Mediengesellschaft leben wir bereits von Anbeginn der Moderne an. [...] In der Gesellschaft von Medien freilich leben wir schon immer.“ (S.7) Mit Sätzen wie diesem beginnen der Medienwissenschaftler und ZDF-Journalist Stefan Münker und der Philosoph und Suhrkamp-Lektor Alexander Roesler ihren neuen Sammelband. Die Herausgeber, das ist ihnen hoch anzurechnen, gehen produktiv mit der Kontingenz ‚des‘ Medienbegriffs um und erwecken erst gar nicht den Eindruck, hier einen einheitlichen Begriff definieren zu wollen. Sie lassen ihre Suchscheinwerfer in siebzehn Beiträgen über die deutschsprachige Medientheorie gleiten und stoßen dabei zumeist auf medienphilosophische oder medienwissenschaftliche, also insgesamt eher philologisch orientierte Fragen und Konzepte. Gleichwohl geben Münker und Roesler zwei nicht ganz überraschende Zäsuren als minimales Raster vor: „[D]ie technische Entwicklung und ubiquitäre Durchsetzung der elektronischen Massenmedien um die Mitte des zwanzigsten Jahrhunderts und den Prozess der Digitalisierung aller medialen Techniken seither.“ (S.9) Schade nur, dass zum hoch aktuellen zweiten Einschnitt von den hier anwesenden namhaften Medientheoretikern und vier -theoretikerinnen nur selten explizit Stellung bezogen wurde.

Um also „etwas Licht auf die doch mitunter arg nebulösen Definitionen und Verwendungsweisen des Medienbegriffs [zu] werfen“ (S.12), arbeiten sich die Beitragenden an verschiedenen Herangehensweisen mit offensichtlich sehr divergierenden Konzepten ab. Da erläutert Wolfgang Hagen die Zusammenhänge und Unterschiede sehr alter Medien(vor)begriffe bei Aristoteles und Thomas von Aquin („Metaxy. Eine historiosemantische Fußnote zum Medienbegriff“) ebenso wie Sybille Krämer für eine Rückkehr des Boten und der Spur in die medientheoretischen Diskussionen plädiert („Medien, Boten, Spuren. Wenig mehr als ein Literaturbericht“). Da entwirft Hartmut Winkler sein Programm einer semiotischen Medienanalyse in Betonung von Monumentalität und Wiederholbarkeit („Zeichenmaschinen. Oder warum die semiotische Dimension für eine Definition der Medien unerlässlich ist“) ebenso wie Siegfried J. Schmidt seinen bereits eingeführten „Medienkompaktbegriff“ als integratives Konzept von Massenmedien vorstellt. Neben Stefan Münkers Rahmungsversuch am Ende des Bands („Was ist ein Medium? Ein philosophischer Beitrag zu einer medientheoretischen Debatte“) fällt Stefan Riegers amüsierender Beitrag „Der Frosch – ein Medium?“ auf, der die Problematik eines sehr weiten, ausgefranst Medienbegriffs provokativ und elegant, wenn auch sehr abseitig, skizziert. Aber, so lassen uns ja auch die Herausgeber und einige ihrer Beitragenden wie etwa der in Medienkunst geschulte Dieter Mersch wissen und so hat es der Kommunikationssoziologie Joachim Westerbarkey immer wieder betont, aus dem Abseits lässt es sich zumindest anders, wenn nicht sogar manchmal ergiebiger, beobachten. Als Leseindruck bleibt eine Fülle von Perspektiven, aber auch eine leichte Ratlosigkeit ob vielfältiger Widersprüche und Nichtanschlüsse zwischen den Ansätzen. Der Lesende muss auch hier eben für sich entscheiden, ob und wie er mit den Angeboten umgeht.

Zum zweiten Band: „Wissen die jungen Leute denn nicht, dass man schon alleine deshalb nicht ‚was mit Medien machen‘ kann, weil man ohne Medien einfach mal gar nichts machen kann?“ (S.7), fragt Lorenz Engell im „Vorwort für Fortgeschrittene“ zu Beginn und noch vor der „Einleitung für Beginner“ der Herausgeberinnen Nele Heinevetter und Nadine Sanchez. Engell, der sich im Band von Münker und Roesler mit Figuren der Medialität des Kinematografen auseinandersetzt, spricht im genannten Vorwort als medienwissenschaftlicher Lehrer mit Erfahrung im Bereich Studienberatung. In medien-, kultur- und kommunikationswissenschaftlichen Studiengängen ist der Andrang junger interessierter Menschen überaus groß, gleichzeitig vermögen diese nur sehr begrenzt einzuschätzen, warum sie eigentlich die Medien studieren möchten und auf welche Weise dies geschehen soll. Bekanntlich wird dieses an einer Kunsthochschule anders getätigt als im Volontariat bei der Lokalzeitung. Oft ist den angehenden Studierenden nicht einmal der gravierende Unterschied zwischen eher philologischen und eher sozialwissenschaftlichen Ausbildungen bewusst. Woher auch? Engell sieht hier den Anspruch der Weimarer Medienkulturwissenschaftlerinnen Heinevetter und Sanchez nicht nur in der Einführung in Medienwissenschaft, sondern darüber

hinaus: „Es geht um die Heranführung der Theoriebildung an einen Bereich, der ihr bislang verschlossen war, nämlich an die Kultur und Lebenspraxis des Pop.“ (S.7-8) Diese Kopplung, das übersieht hier Engell gänzlich, findet kulturell bereits seit langer Zeit statt. So etwa verbinden der slowenische Philosoph Slavoj Žižek oder der deutsche Kulturrethologe Jochen Bonz psychoanalytische Theorien und wenden sie auf Hitchcock-Filme oder Techno-Musik an. So entwerfen etwa die Medien(kultur)wissenschaftler Hans-Otto Hügel oder Marcus S. Kleiner – um auch hier zwei Generationen zu nennen – Vorschläge für eine Theorie der Populären Kultur unter Berücksichtigung der Medien. Es ließen sich noch viele weitere Beispiele finden, erst jüngst bemühten sich Wissenschaftler im Umfeld von Urs Stäheli um eine Systemtheorie des Pop. Trotz dieses falsch behaupteten Exklusivitätsanspruchs und im Anschluss daran sind die Popularisierungen von Theorien durchaus charmant und hilfreich. Das Augenmerk also sozusagen und noch einmal mit Engell gesprochen vom Weltmodell auf „kleine Gadgets und Praktiken aus dem Konsumalltag“ (S.8) zu bewegen, ist ein Verfahren, das Lesern anspruchsvoller Popkulturzeitschriften wie etwa *Spex* oder *De:Bug* schon seit langem bekannt ist. Nun übertragen die Herausgeberinnen dieses Verfahren auf eine Studien-Einführung und lassen so unterschiedliche Klassiker der theoretischen Medien- und somit auch Gesellschaftsreflexion wie Fritz Heider, Niklas Luhmann, Heinz von Foerster, Erving Goffman, Judith Butler oder Theodor W. Adorno zu Worte kommen. Ergebnis ist die Erfahrung von oftmaligen, so nennen es Heinevetter und Sanchez selbst, „So-habe-ich-das-noch-nie-gesehen-Erlebnissen“ (S.10). Dieser Effekt kommt Lehrenden und Forschenden der Medien bekannt vor. Häufig zeigen sich Studierende in der Besprechung hoch komplexer Konzepte zunächst abgeschreckt oder überfordert, um dann nach und nach das Verstehen und den Bezug zur eigenen Lebenspraxis zu erkennen. Seien wir ehrlich, wer war nicht mit der ersten Begegnung etwa der Luhmann'schen Systemtheorie oder der Baudrillard'schen Simulationstheorie etwas überfordert? Angesichts dessen ist das Bemühen von Heinevetter und Sanchez, anhand zahlreicher Verweise und im wahrsten Sinn des Wortes Rand-Bemerkungen, einer angelagerten Homepage („Medientheorie 3.0“, www.mediendenken.de) sowie eines unverkrampften Duktus' Theorie mit Pop und also Vergnügen zu verbinden, überaus lobenswert. Auch wenn dieses Verfahren manchmal etwas gestelzt wirkt (z.B. im Untertitel des Buchs oder bei den so genannten Haftbefehlen von Querdenken wie Deleuze oder Foucault am Ende des Buchs) und vor allem die Frage hier nicht beantwortet werden kann, wie die Wirkung auf junge Interessierte und Bachelor-Studierende ausfällt, so wird es immerhin konsequent und studiennah angewendet. Das Buch entstand aus der Abschlussarbeit der beiden Autorinnen. Daraus ergeben sich tatsächlich unterhaltsame Kombinationen wie Disco und Adorno oder Latte Macchiato, Citroën und Barthes.

Beide Bände haben ihren Anteil am Bearbeiten des immer stärker werdenden Bedarfs, die umfassenden Umwälzungen unserer Wahrnehmung und Erkenntnis der uns umgebenden, prägenden (neuen) Medienwelten zu analysieren. Insofern

operieren sie durchaus medienpädagogisch auf theoretischen, sehr unterschiedlich zu verortenden Levels. Das Licht im ersten Band wird dabei eher für sehr kontingenz- und komplexitätssensible Lesende geworfen und teilweise schon wieder zurückgespiegelt, während der zweite Band vor allem in seiner Mehrdimensionalität für absolute Beginner eine erste Vorstrukturierung leisten kann. Dabei ersetzt diese eher als Wissenschaftspop zu verstehende Attitüde allerdings nie die eigentliche Lektüre der Originale vor dem Hintergrund von Popwissenschaft.

Christoph Jacke (Paderborn)