

Rhetorik und neue Medien

von Joachim Knape

1. Situation und Dimission

Der Literaturkritiker und Schriftsteller Hellmuth Karasek erinnert in seinem ironischen Büchlein mit dem sprechenden Titel „Hand in Handy“ an eine Episode aus dem grandiosen Spielfilm „Short Cuts“ von Robert Altman. Wir sehen in dieser Filmsequenz „eine amerikanische Familie, Frau, Mann, Kinder in ihrem Bungalow bei ganz normalen, alltäglichen Verrichtungen. Es wird aufgeräumt, die Kinder spielen, werden versorgt, Essen wird vorbereitet. Die Frau füttert ihr Baby. Und mitten in diesem normalen Familienleben geht die Frau mit dem Baby auf dem Arm mit einem Telefon auf und ab und gibt einem Kunden, dem es offenbar nach einer Domina gelüftet, harsche Anweisungen, läßt ihn auf dem Boden kriechen, ihre Stiefel lecken, droht ihm Bestrafungen an, die Peitsche und Foltern. Aber, wie gesagt, man sieht davon nichts. Man hat eine heiter-harmlose Familie vor sich, hört normale Gespräche, in die nur ab und zu die Fetzen der brutalen Liebesanweisungen dringen. Das Ganze ist schizophran verstörend, eher beunruhigend als komisch – noch dazu, da es mit größter Routine und Selbstverständlichkeit erfolgt, als wäre es das Normalste von der Welt: als hätte die Frau einen Krämerladen unmittelbar in ihrer Wohnung und würde, während die Kinder spielen und der Mann sich fertig fürs Büro macht, Süßwaren und Spaghetti oder Seife an Kunden verkaufen. Die Kinder spielen, das Baby wird liebevoll gefüttert. Wieder fallen Wortfetzen schmutziger Erniedrigungen ins Wohnzimmer. Der Mann schaut die Frau an. Kurz nur. Der Blick ist traurig, erschrocken. Voller Haß.“ (Karasek 1997, S. 52 f.)

Wie kann die geschilderte Situation beschrieben werden? Eine Frau bewegt sich in ihrer Familie, versorgt die Kinder, spricht mit ihrem Mann. Wir konzentrieren uns auf sie. Sie steht in einem lebendigen Interaktionsfeld mit anderen räumlich anwesenden Menschen. Aber da ist etwas, das über die Situation hinausweist: das Mobiltelefon. Die Frau zieht in die Szene eine zweite Interaktionsebene ein, indem sie mit einer abwesenden Person mit Hilfe eines technischen Geräts spricht. Sie sendet dabei etwas aus, wir können sagen, sie dimittiert (von lat. „dimittere“), und empfängt über Distanz hinweg Information. In einer Situation mit face-to-face-Kommunikation steht befremdlich etwas anderes: die Dimission. Sie ist definiert als Distanzkommunikation, bei der der handelnde Sprecher räumlich getrennt vom Kommunikationspartner ist und sich für die Kommunikation technischer Mittel, eben eines technischen Mediums bedienen muss.

Ich argumentiere hier nicht als Medientheoretiker, sondern als Rhetoriker. Ich betone dies, weil ich als Rhetoriker die Medienfrage in ganz bestimmter Weise sehe. Sie ist für mich nur ein Segment in einem handlungstheoretisch grundierten Theoriezusammenhang. Die rhetorische Betrachtungsweise hat insofern auch eine anthropologische Perspektive, als sie den handelnden Menschen in den Mittelpunkt stellt und fragt, wie der Mensch kommunikativ erfolgreich sein kann. Terminus technicus für diesen handlungsmächtig eingestellten menschlichen Kommunikator ist der Begriff „Orator“, den wir handlungstheoretisch an die soziologische Größe „actor“ (Talcott Parsons 1986) anschließen können. Bei unserem Beispiel hätten wir die Möglichkeit, die Frau als Orator aus der Szene herauszufiltern und zu überlegen, ob, wie, warum und unter welchen Bedingungen sie erfolgreich kommuniziert. Medien sind unter dieser Perspektive Teil der rhetorischen Organontheorie, also der Lehre von den rhetorischen Instrumenten, all jener Instrumente, die der Mensch einsetzt, um mittels Kommunikation sein jeweiliges Anliegen zu erreichen. Unter den modernen Medien ist der Computer solch ein Instrument, das die Botschaften des Orators dimittieren kann. Längst hat man auf diesem Gebiet von der klassischen Rhetorik und ihren Anweisungen für den erfolgsorientierten Kommunikator gelernt.¹

Mit den terminologisch verstandenen Begriffen „Situation“ und „Dimission“ haben wir zwei Basis-Settings aufgerufen, die für die rhetorische Betrachtungsweise von Kommunikation fundamental sind. Das mit dem Terminus „Situation“ gefasste Basis-Setting ist dadurch definiert, dass der Orator mit seinen Kommunikationspartnern direkt, räumlich nicht getrennt interagieren kann, wie unsere Frau mit ihren Kindern und ihrem frustrierten Mann. Alle Beteiligten kommen mit „natürlichen“ Medien aus: Der mensch-

liche Körper (speziell das Gehirn) dient als Datenspeicher und -prozessor, der Schall sorgt für die Übertragung des mündlich performierten Textes.

Telefon und Handy sind demgegenüber gewissermaßen unnatürliche Fremdkörper. Sie sind künstlich hergestellte, technische Medien, die dem Orator Distanzkommunikation über Raum und Zeit hinweg ermöglichen. Neuere Forschungen zur Videokonferenz (also wenn zwei Gruppen räumlich getrennt per Videoschaltung konferieren) zeigen, dass sich unter diesen technischen Medialisierungsbedingungen signifikante Verhaltensänderungen gegenüber der situativen face-to-face-Kommunikation ergeben. Die Videokonferenzteilnehmer entfalten einen deutlich höheren Aktivitätsgrad, weil sie das Gefühl haben, die technische Verfremdung ausgleichen zu müssen. Und sie bemängeln auch auf Nachfrage, dass sie die Technik stört, weil ihnen die übliche Orientierung per Blickkontakt sowie andere trans- und paralinguistische Wahrnehmungen fehlen. Der technische Widerstand verlangt also auf Seiten des Orators nach Kompensation.² Dies führt zur Verdopplung nonverbaler Äußerungen, Steigerung persönlicher Ansprachen (z.B. häufigere Namensnennungen), aber auch zu größerer Ungezügeltheit. Konkret: Es treten heftigere Auseinandersetzungen auf als in situativer Nähe. Häufigere gesprächsorganisatorische Diskussionsphasen werden nötig und es ergeben sich untypische gruppensdynamische Konstellationen, z.B. bilden sich zwei Videoparteien mit einer Dopplung von zielorientierten Führungspersonen (was sonst nicht üblich ist) usw. (Weinig 1996, S. 161 ff.).

Bei der Videokonferenz haben wir es also mit dem Basis-Setting der Dimission zu tun. Ihre technische Entfaltung bildet jenen Teil der kulturellen Entwicklung, bei dem die Optimierung der Kommunikation eine der wichtigsten Leistungen des kulturbildenden homo sapiens sapiens ist, dessen Sprachfähigkeit man 50.000 Jahre zurückdatiert. Den entscheidenden zivilisatorischen Sprung machte der Mensch mit den großen Innovationen bei der jüngeren Dimissionstechnik. Dieser kulturhistorische Sprung ergab sich mit der Erfindung der Schrift und künstlichen Medien als Träger für Schrifttexte, in denen die menschliche Hör-Sprache in eine optische Seh-Sprache umkodiert werden konnte. Die schrifttragenden Medien (Baumrinde, Tonscherben, Papyri oder Wachstafeln) konnten beliebig weit verbreitet werden. Damit waren zwei neue Bedingungen geschaffen:

1. Nicht mehr Präsenz-, sondern Distanz-Kommunikation, d.h. die menschlichen Kommunikatoren brauchten nicht mehr selbst im Moment der Kommunikation anwesend zu sein.
2. Nicht mehr Interiorisierung, sondern Exteriorisierung der Information, d.h. die Informationen konnten in großem Umfang außerhalb des

menschlichen Körpers (außerhalb des Gehirns) abgelegt werden, z.B. auf Tontafeln oder Papyrus, mit dem Effekt, dass man diese festgeschriebenen Informationen auch über die Zeitalter hinweg speichern konnte. Dies bedeutete nicht mehr nur Raumüberwindung, sondern auch Zeitüberwindung der Kommunikation. Wir können heute noch ägyptische Hieroglyphen lesen.

Für uns kommunizierende Menschen leisten also technisch erzeugte Medien unter Umständen dreierlei: sie speichern auf jeden Fall Daten oder Informationen (Memoriafunktion), sie können diese Informationen je nach Entwicklung der Medientechnik auch nach unseren Wünschen verarbeiten (Prozessorfunktion), und sie können die Daten auch verbreiten (Distributorfunktion).

2. Medien als Tragfläche

Der Begriff des Mediums ist als wissenschaftlicher Terminus technicus relativ neu. Die Medientheorie hat sich eigentlich erst nach dem Zweiten Weltkrieg entwickelt, und frühe Archegeten, wie der bedeutendste Medientheoretiker des 20. Jahrhunderts, Marshall McLuhan, haben noch keine wirklich klaren Kategorisierungen vorgenommen. Das ist letztlich bis heute so geblieben und hängt vielleicht auch mit der rasanten Entwicklung der Medientechnik zusammen, der die Theorie nur verzögert folgen kann. Wir sollten aber inzwischen den umgangssprachlichen bzw. weichen Medienbegriff von einem strenger gefassten oder harten Medienbegriff als Terminus unterscheiden. Beim weichen Medienbegriff gehört etwa alles, was mit dem Fernsehen zu tun hat, irgendwie zu den Medien. Ich plädiere für eine genauere Unterscheidung bestimmter theoretischer Ebenen. Medien sind nach meinem Verständnis lediglich Tragflächen. Tragflächen wofür? Tragflächen für Texte. Alles, was der Orator nämlich kommuniziert, kodiert er zunächst und bringt es in Textform. Das Medium speichert den Text und im Verbund mit dem zugehörigen technisch-sozialen Mediensystem wird der Text distribuiert bzw. „übertragen“, wie man metaphorisch sagt.

Bei McLuhan war das noch nicht wirklich diskret durchdacht, wie er ja überhaupt in seinen Schriften eine Mischung aus genialen Einsichten und systematisch-kategorialen Unschärfen hinterlassen hat. Hier ein signifikantes Beispiel: Es sei „für alle Medien charakteristisch, dass der ‚Inhalt‘ jedes Mediums immer ein anderes Medium ist. Der Inhalt der Schrift ist Sprache, genauso wie das geschriebene Wort Inhalt des Buchdrucks ist und der Druck

wieder Inhalt des Telegrafen ist. Auf die Frage: ‚Was ist der Inhalt der Sprache?‘ muß man antworten: ‚Es ist ein effektiver Denkvorgang, der an sich nicht verbal ist.‘“ (Marshall McLuhan 1964/1992, S. 18).

Hier muss sortiert werden. Wir müssen kategorial mindestens die theoretischen Ebenen von Kode, Text (im Sinne eines erweiterten Textbegriffs), technischem Medium, technischem Mediensystem und sozialer Medieninstitutionen unterscheiden. Das ist nicht nur im Hinblick auf klarere theoretische Unterscheidungen gefordert, sondern ist auch für den Rhetorikansatz unverzichtbar. Die Rhetorik versteht sich nicht zuletzt auch als eine spezielle semiotische Produktionstheorie. Der Orator muss seine auf Symbolisierung beruhenden Instrumente (also die Texte) für die symbolische Interaktion im Interesse des kommunikativen Erfolgs wohl geeicht konstruieren. Dem Erfolgskalkül unterliegt aber nicht nur die Abfassung von Texten, sondern auch deren Medialisierung.

Welche Textformulierungsprobleme schon beim Gebrauch des an sich unkompliziert erscheinenden Mediums „Telefon“ entstehen, haben verschiedene Studien deutlich herausgearbeitet (etwa Schmale 1988 und Schwitalla 1996). Auch für einen Orator aus der Werbebranche ist es bei seinem rhetorischen Adressaten- und Instrumentenkalkül von Belang, ob der aus einem Satz bestehende Text "Das König der Biere" auf Handzetteln, per Zeitung, auf Litfasssäulen, als Telefonansage, per Fernsehen oder auf dem Medium des Bierdeckels dimittiert werden soll. Der bei diesem Beispiel gewählte Text ist immer derselbe. Für ihn wurde der Informationskode der deutschen Sprache zwar puristisch (ohne Einmischung englischer Sprachkodebestandteile) gewählt, aber der Text wurde mit einer rhetorischen Figur überformt. Die Tragflächen jedoch, also die Medien, können variieren. Und auch sie können über den Erfolg oder Misserfolg des Textes aufgrund ihres Appeals, ihrer Reichweite usw. mitentscheiden.

Kommen wir auch noch einmal auf das Eingangsbeispiel zurück. Nehmen wir an, Robert Altman ist Drehbuchautor und Regisseur seines Films „Short Cuts“ in einer Person und daher rhetorisch gesehen auch der Orator, also der entscheidende, handlungsmächtig eingestellte Kommunikator. Bei ihm steht am Anfang der von McLuhan genannte Denkvorgang, der zwar „an sich nicht verbal ist“, wie McLuhan sagt, aber wahrscheinlich schon im Gehirn Altmans in wesentlichen Teilen sprachlich konfiguriert ist. Altman hat wahrscheinlich im noch nicht schriftlich gefassten Informationskode der englischen Sprache einen Text im Medium seines Körpers gespeichert; gewiss auch schon im Bildkode gefasste Filmsequenzen vor seinem inneren

Auge. Später wird sein Körpermedium mit Hilfe des materialen Kodes der lateinischen Schrift den mental gespeicherten Text exteriorisieren und in den Schrifttext des Drehbuchs umkodieren, wobei Papierblätter als Medien zum Speichern und Distribuieren dienen. Dieser Schrifttext wird wieder umkodiert in die komplexe Filmtextrur, die einen Kodemix benutzt aus akustisch kodierter Sprache (nicht mehr optisch-schriftlich) und einem Bildkode, wofür Zelluloid und Tonspur medial-technisch gebraucht werden, die ihrerseits wiederum eines Projektors für den Distributionsvorgang bedürfen, damit wir auf der Leinwand die Filmsequenz mit der Filmtextrur sehen können, in der eine Frau mit ihrer Familie spricht und dabei zugleich Telefonsex verkauft. Um all das zu gewährleisten bedarf es zudem des Mediensystems der "Filmindustrie", die uns als soziale Medieninstitution dieses Wahrnehmungserlebnis ihrerseits verkauft.

Medien im Sinne des harten Medienbegriffs sind in dieser komplexen kommunikativen Gemengelage nur ein bestimmtes Segment. Die für den rhetorischen Erfolg eigentlich nur wichtigen kognitiven Anschlussoperationen wickeln die Menschen, wenn wir genau hinschauen, vor allem in Bezug auf die semiotische Ebene des Textes ab.³ Die neuen Medientechnologien und, in ihrem Gefolge, die neuen Software-Möglichkeiten führen inzwischen zu ganz neuen Auffassungen hinsichtlich Textualität. Der Satz „quod scripsi scripsi“ (Joh 19,22) muss inzwischen einer kulturhistorisch im Abklingen befindlichen Kodierungsmentalität zugeordnet werden. Die Mutabilität aller Texte gehört inzwischen zur alltäglichen Computer- und Interneterfahrung. Unsere modernen technischen Textverarbeitungsmöglichkeiten korrelieren mit der Bewusstseinsstufe des „anything goes“.⁴ Folgt man den Überlegungen Lev Manovichs, so muss man weiter differenzieren und als Ergänzung zu den theoretischen Ebenen von Kode, Text und Medium die Ebene der Software (als Unterebene des Kodes) postulieren. Manovich schreibt: „From media studies, we move to something that can be called ‚software studies‘ – from media theory to software theory.“ (Manovich 2001, S. 48) Medien haben zunächst nur, wie der Name sagt, Mittlerfunktion. Rhetorisch ist das wichtig, weil die Interaktion der Menschen zunächst per Medien abläuft: erst kaufen sie ein Buch oder bekommen ein Blatt Briefpapier in die Hand (das Medium), dann lesen Sie den Text. Ohne Buch kein Text. Vor der Textrezeption stehen also immer sozial organisierte, interaktive „mediale“ Anschlussoperationen, die die Bedingungen für die Textperzeption bzw. -Apperzeption schaffen. Von den für den Orator so wichtigen Glücksbedingungen des ganzen Vorgangs soll hier nicht weiter gesprochen werden.

Robert Altman, der in unserem Eingangsbeispiel die Rolle des Orators innehat, besitzt ein mental repräsentiertes Konzept: die Geschichte einer Frau in zwei Rollen und zwei Identitäten. Sie kann sich die zweite Identität als Prostituierte mit Hilfe des Telefons erschaffen. Das will uns Altman erzählen. Seine Geschichte wird auf Textebene mehrfach umkodiert: 1. nichtschriftlicher Sprachtext und imaginierte Bildsequenzen, 2. verschriftlichter Drehbuchsprachtext, 3. komplexe Filmtextrur bestehend aus nicht-schriftlichem Sprachtext plus Bildtextur, eventuell auch noch mit Musiktextur unterlegt usw. Die letzte filmisch hochkomplexe Texturstufe kodiert Hellmuth Karasek dann wieder um in einen semiotisch reduzierten, bloß verschriftlichten Buch-Sprachtext (mit entsprechenden Informationsverlusten), der in einem Vortrag wieder umkodiert wird in einen bloß akustischen Vortrags-Sprachtext (durch das Vorlesen).

Jeder textuellen Umkodierungsstufe entspricht aber auch eine Medialisierungsstufe. Bei all diesen Umkodierungen und Umtexturierungen spielen also auch immer Medien als Tragflächen bzw. Speicher und Distributoren der Texte eine Rolle. Mehr scheinen die Medien letztlich nicht zu leisten. Das Informationelle spielt sich, wie bereits erläutert, auf der theoretischen Ebene des Texts ab, da wo Semiotik ist, wo Zeichen mit Bedeutungen wahrnehmbar werden. Inzwischen wissen wir allerdings, dass auch die Medien als Tragflächen im kulturellen Zusammenhang ihre speziellen Semantiken, zumindest Konnotationen und Wertigkeiten bekommen. Damit befasst sich die Medienwertetheorie (Ross 1997, Krotz 1998, Klotz 2004).

3. Medienwertetheorie

Die neueren Entwicklungen fußen immer auf der Verschränkung von Kodierungs- und technischen Medialisierungsbedingungen. In Verbindung mit dem materialen Kode der Schrift traten entsprechende schrifttragende Medien auf. Sie brachten solch ein neuartiges Maß an Informationsspeicherung, Informationsverbreitung und Informationsvererbung in der Kultur hervor, dass über die Jahrhunderte eine Art Innovationsneugier und Ansporn entstand. Es gab keine langsame und lineare, sondern eine rasche und exponentiell-sprunghafte Entwicklung der Kommunikationstechniken: Das Alter der ältesten Symbolträger, der in der Nähe Tübingens auf der schwäbischen Alb gefundenen und inzwischen auf dem Tübinger Schloss ausgestellten eisenzeitlichen Skulpturen, wird auf rund 35.000 Jahre geschätzt. Auch die ältesten Höhlenbilder, z.B. in der Höhle von Lascaux, entstanden in dieser Frühzeit. Medium für diese Bildtexturen ist die Höhlenwand. Das Alter der frühesten

Schriftträger, Tonscherben, wird auf 5.000 Jahre geschätzt. Den Buchdruck kennen wir seit 500 Jahren, der Film ist 100 Jahre, das Fernsehen 70 Jahre alt. Der erste Digitalrechner wurde 1938 installiert, der erste Satellit im Orbit 1962, es folgen 1969 der erste Videorecorder, dann PC und Mobilfunk, Anrufbeantworter und elektronische Briefkästen und natürlich das Internet. Die auf Elektronik basierenden Kommunikationstechnologien haben eine Expansion erfahren, deren Ende noch nicht absehbar erscheint. Hypertext und CD-Rom, Cyberspace und virtuelle Realität verweisen auf eine kontinuierliche Ausweitung der elektronischen Medienlandschaft. (Knappe 2000b, S. 16).

Shakespeares berühmtestes Liebespaar, Romeo und Julia, stirbt, weil die beiden jungen Liebenden, zwei verfeindeten Sippschaften angehörend, einander nicht lieben dürfen. Sie sterben aber auch, weil die Distanzkommunikation zu ihrer Zeit nicht funktioniert hat. Romeo muss aus Verona nach Padua fliehen, er ist verbannt, weil er Julias Vetter Tybalt erschlagen hat. Seine heimliche Heirat mit Julia ist niemandem bekannt, der Vater will sie in eine jähe Ehe zwingen. Der Vater, Mitwisser und Stifter der heimlichen Hochzeit, sieht nur einen Ausweg: Er versetzt Julia durch ein Gift in einen todesähnlichen Schlaf, schickt einen Boten zu Romeo, der ihn heimlich herbeiholen soll, um die Scheintote aus ihrer düsteren Familiengruft zu befreien. Doch der Bote, dieses archaische Medium der Dimission, kommt nicht an, Romeo wird fehlinformiert, dass seine Julia tot sei, gestorben aus Kummer, er eilt an ihr Grab und tötet sich dort selbst aus Verzweiflung. Als Julia erwacht, seine Leiche sieht, folgt sie ihm verzweifelt in den Tod. Soweit die bekannte Geschichte, die nicht zuletzt die Geschichte einer missglückten Kommunikation ist. Wir können davon ausgehen, dass diese Tragödie mit Handy nicht passiert wäre.

Der menschheitsgeschichtlich immer dichter werdenden Abfolge von kommunikationstechnischen Innovationen liegt ein Gesetz zugrunde, das in der Durchsetzung immer größerer Präzision bei der Informationsvermittlung besteht, mit immer größerer Speicherkapazität und damit in der Leistung mit immer weniger Redundanz und Informationsverlust (Knappe 2000b, S. 7). Die Entwicklung lief und läuft darauf hinaus, die situative Kommunikation in der Dimission einzuholen, ja, noch mehr: sie zu überholen. Der Brief als Medium war und ist noch sehr langsam, die Videokonferenz ist bereits synchron- und echtzeitlich eingerichtet, simuliert technisch die Situation, erreicht sie allerdings von den Rahmenbedingungen her nicht. Demgegenüber ist der Chat im Internet zeitlich verzögert, weil man noch schreiben muss. Reine Datentransfers wiederum, z.B. Börsendaten, lassen sich heute aber über das Netz sehr viel schneller austauschen, als das mündlich situativ mög-

lich wäre. Hier überbietet die technisch-mediale Dimission das Sprechen der natürlich-medialen Situation.

Neue Medien sind die Ermöglicher neuer Kodierungs- und Vertextungsweisen. Die technisch-elektronischen Medien etwa gestatten es uns, Texturen aus bewegten Bildern in Echtzeit zu simulieren (Virtualität) und zu dimittieren.⁵ Altman kann durch seinen Film semiotisch hochkomplexe, ästhetisierte Texturen kommunizieren, die Bildzeichen mit akustischen Zeichen (Sprache oder Musik oder Geräusche, allein dies sind drei akustische Zeichenebenen) und eventuell auch Schriftzeichen (etwa bei Untertiteln) verbinden. Papier als Medium, etwa in Buchform, ermöglichte dagegen nur die Umkodierung eines semiotischen Elements, nämlich Sprache von Laut in Schrift zum Zweck der Erstellung von schriftbasierten Sprachtexten.

Medien gehören unter rhetorischer Perspektive zu jenen Instrumenten, Werkzeugen, die wir Menschen einsetzen, um unsere kommunikativen Ziele zu erreichen, um unsere Interessen und Anliegen in symbolischer Interaktion optimal umzusetzen. Daran geknüpft ist eine rhetorisch-optimistische Sicht der Erfolgsmöglichkeiten von Kommunikation, die letztlich auch in Marshall McLuhans Extensions-These steckt. Nach dieser These sind „alle Medien Ausweitungen von uns selbst“, die uns Menschen ermöglichen, unseren Spielraum zu erweitern. „In einer Kultur wie der unseren, die es schon lange gewohnt ist, alle Dinge, um sie unter Kontrolle zu bekommen, aufzusplittern und zu teilen, wirkt es fast schockartig, wenn man daran erinnert wird, daß in seiner Funktion und praktischen Anwendung das Medium die Botschaft ist [the medium is the message]. Das soll nur heißen, daß die persönlichen und sozialen Auswirkungen jedes Mediums – das heißt jeder Ausweitung unserer eigenen Person – sich aus dem neuen Maßstab ergeben, der durch jede Ausweitung unserer eigenen Person oder durch jede neue Technik eingeführt wird.“ (Marshall McLuhan 1964/1992, S. 17). Die neue Mobilfunk-Medienkultur illustriert diesen Standpunkt aufs Beste: Die Lebensabläufe werden auf der einen Seite schneller, hochfrequenter, direkter, unkomplizierter, auf der anderen Seite aber auch kontrollierter, verfügbarkeitsgebundener, nervöser, kurzatmiger, anfälliger für kommunikatives Rauschen (Brown/Green/Harper 2002). Genaue Analysen der sozialen Einflussnahme moderner Internet- und Telekommunikation werfen immer wieder die Frage auf, ob wir uns nicht doch bereits „auf dem Weg nach Technopolis“ befinden und was davon zu halten ist (Höflich 1996, S. 9).

In dem McLuhan-Zitat bemerkt man noch sehr deutlich McLuhans Anbindung an die traditionelle rhetorische Betrachtungsweise. So wundert es

auch nicht, dass er seinen Satz „the medium is the message“ in einer Publikation teils ironisch spielerisch, teils sehr ernst gemeint zu „the medium is the message“ abgewandelt hat, und mit dem Begriff der Medienmassage ausdrücklich den rhetorischen und damit den voluntaristischen Aspekt der Kommunikation betont hat. (Marshall McLuhan 1967/1969) Allerdings wurde der andere Satz, „the medium is the message“, zur Parole der neueren Medientheorie, wie sie in ihren Ausfaltungen jüngst Knut Hickethier (2002) dargestellt hat. Es ist eine Theorie, die Medialität als zentrale Weltstruktur interpretiert und teils sehr weitreichende und meistens mediensystemisch-selbstbezügliche Aussagen über die Welt formuliert. McLuhan denkt demgegenüber noch nicht mediensystemisch-selbstreflexiv, sondern fragt nach den Korrelationen von menschlichem Erleben und Handeln und den neuen Medienverhältnissen.

Seinem Glauben an die Handhabbarkeit und Integrierbarkeit der neuen Medientechnik in unser menschliches Kommunikationsgeschäft steht immer wieder ein abgrundtiefes Misstrauen und eine Art Medienpessimismus entgegen (siehe auch Faulstich 1997 und Hickethier 1998, S. 65f.). Das hängt auch mit den seit einigen Generationen immer raffinierter und stärker werdenden Einflüssen der sog. Massenmedien bzw. der entsprechenden Mediensysteme und -Institutionen zusammen, was jetzt noch zu erörtern ist. Ein wichtiger Kritikpunkt richtet sich hier auf den Wahrnehmungsterror, den diese Medien nach Sicht mancher Kritiker ausüben.

4. Medien und Wahrnehmung

Um mein Wahrnehmen, Erleben und Handeln lebensweltlich zu bewältigen, brauche ich immer besser trainierte Medienkompetenz, damit der Informationskomplex „eigentliche Realität“ mir nicht entgleitet. Will ich mir Rat bei Medienkritikern wie Jean Baudrillard holen, dann lese ich, dass nicht nur wir uns als Subjekte, als kommunizierende Oratoren, als handelnde Wirkzentren auflösen, sondern sich auch die sich zeigende Realität in undifferenzierte Faktenfiktion auflöst. Das Ich kann dem medialen Overkill nicht mehr entinnen, versinkt im Medien-Smog. Baudrillards Analysen gehen von dem unbestreitbaren Faktum aus, dass die Medienwelt ungeahnte Dimensionen angenommen hat, sich permanent und zunehmend in unser Leben mischt. Sind seine Schlussfolgerungen aber immer akzeptabel? Dies betrifft insbesondere die These vom Ende der Realität, und vom Ende des handlungsmächtig eingestellten, wenn auch nicht immer handlungsmächtig reüssierenden Wahrnehmungssubjekts. Kann ich Baudrillards Erfahrungsdeutungen

zustimmen, die in seinem Beitrag „Videowelt und fraktales Subjekt“ auf eine Ohnmachtserklärung des Aktors und seine völlige Selbstentfremdung hinauslaufen? Die Medien verschlingen danach selbst unsere intimsten menschlichen Interaktionsmöglichkeiten und lassen uns nur noch eine faktenfingierende Illusion: „Da die Anderen als sexueller und sozialer Horizont praktisch verschwunden sind, beschränkt sich der geistige Horizont des Subjekts auf den Umgang mit seinen Bildern und Bildschirmen. Was sollte da noch Sex und Begehren für es bedeuten? Als minimales Element eines umfassenden Netzwerkes wird es unempfänglich für die anderen und für sich selbst, und seine Gestalt entspricht der Wüstengestalt des Raumes, die aus der Geschwindigkeit entsteht, und der des Sozialen und des Körperlichen, die durch Kommunikation und Information, und der des Körpers, der durch unzählige [mediale] Körperprothesen verwüstet wird. Das Ganze des menschlichen Wesens, seine biologische, muskuläre, tierische Körperlichkeit ist in die mechanischen Prothesen übergegangen. Nicht einmal mehr unser Gehirn ist uns verblieben, sondern flottiert in den unzähligen Hertzschen Wellen und Vernetzungen, die uns umgeben. Das ist keineswegs science-fiction, sondern bloß die Verallgemeinerung der Theorie McLuhans über die ‚Ausdehnung des Menschen‘.“ (Baudrillard 1989, S. 114).

Die Rhetorik geht demgegenüber von einer voluntaristischen Konzeption aus und nimmt daher eine optimistische Position auch in Medienfragen ein. Zahlreiche Beobachtungen stärken diese Haltung. Medialer Overkill führt inzwischen auch zu Abwehrreaktionen. Welchen Realitätsstatus unsere Wahrnehmungen haben, ist schon immer umstritten gewesen und die früher nur von Zeitungen oder vom Hörensagen vermittelte Politik war noch sehr viel manipulations- und fiktionsanfalliger als die Politik-Darstellungen heutiger Echtzeitmedien, die für Baudrillard besonders problematisch sind. Dass sich unsere Wirklichkeit ganz und gar in Simulakra auflöse und zu einer gigantischen Referenzlosigkeit wahrgenommener Bildwelten führe, die Baudrillard „Hyperrealität“ nennt, scheint mir fraglich. Solange wir Menschen noch nicht hilflos mit den Apparaten nach Mensch-Maschine-Modellen vernetzt sind, bleibt es bei lebensweltlichen Korrekturvorgängen und Realitätsproben diverser Art (hierzu auch Knappe 2004b).

Wir wissen heute, dass immer die erste Nutzergeneration neuer Medien Integrationsprobleme hat. Dies betrifft, um es genauer zu sagen, regelmäßig die in ihrem Medienmix und in ihren Mediengewohnheiten bereits festgelegten, lernunwilligen Erwachsenen. Dagegen eignen sich junge Leute Neues auch auf diesem Sektor eher spielerisch als Teil ihrer Kommunikationsumwelt an. Die beiden Studien von Hasebrink und Winter kommen 2003 glei-

chermaßen zu dem Befund, dass Kinder und Jugendliche die Telekommunikation und ihre Dienste spontan in ihre „eigenen Spiele“ mit „eigenen Regeln und Besonderheiten“ integrieren. (Winter 2003, S. 55) „Die heute so genannten neuen Medien, also die verschiedenen Formen computergestützter Kommunikation, sind mittlerweile in die Medienmenüs aller jugendlichen Nutzergruppen eingebunden und ergänzen dort die alten Medien; wie dies geschieht und welche konkreten Funktionen die einzelnen Medien dabei erfüllen, darin unterscheiden sich verschiedene Gruppen erheblich. Jugendliche finden also unterschiedliche Antworten auf die mit der Medienentwicklung verbundenen Herausforderungen und Möglichkeiten, sie folgen nicht einer von der Technik vorgegebenen Funktion, die sich dann in allen Kulturen und Milieus durchsetzt.“ (Hasebrink 2003, S. 44)

Beim Gebrauch der sog. Push-Medien, also der nur in eine Richtung sendenden Massenmedien (Zeitung, Radio, Fernsehen usw.),⁶ haben wir Menschen immerhin ein wichtiges, nicht zu unterschätzendes Kontroll- und Selbstbestimmungsregulativ beim Übertritt in die Interaktion. Gemeint ist die technische Medienschwelle, die wir eigens handelnd übertreten müssen. Jeder Eintritt ins technische Medium schafft Distanz und die jüngeren Mediennutzer lernen schnell, die Fiktionsanfälligkeit technischer Simulationen zu erkennen bzw. in Rechnung zu stellen. Virtuelle Realitäten, wie sie technisch etwa durch das Morphing perfekt geschaffen werden können, werden von jungen Leuten in ihrem Realitätsstatus keineswegs missverstanden. Ich teile nicht Baudrillards Pessimismus, nach dem der Zugang zu einer wie auch immer gearteten, konkret erfahrbaren Wirklichkeit im Zeitalter elektronischer Massenmedien verloren ist. Wir haben keine anderen Schwierigkeiten als Menschen in magischen Denksystemen, die auch schon immer den Übergang von Traumerfahrungen, von Hypnose-, Trance- und Rauscherfahrungen zu jener Erfahrungswelt, die wir neuzeitlich die „eigentliche Realität“ zu nennen pflegen, als problematisch erlebt haben.

Die Wahrnehmung von dokumentarischen Repräsentationen und fiktiven Simulationen in Echtzeitmedien gleichen sich heute in der Tat perfekt. Aber wir haben doch zugleich auch die nötige Illusionismuskritik mitgelernt. Wer wäre denn so naiv zu glauben, daß der Schauspieler Tom Hanks in dem vor ein paar Jahren produzierten Film „Forrest Gump“ tatsächlich auf wunderbare Weise dem digitalisierten verstorbenen Präsidenten John F. Kennedy die Hand geschüttelt habe (Blask 1995, S. 30). Der medienkritisch gemeinte Satz Paul Virilios „Man darf seinen Augen nicht mehr trauen!“ galt schon immer, nicht erst heute, wie uns Verfallstheoretiker glauben machen wollen. Im übrigen haben die Medien längst eigene Regularitäten entwickelt, die

dem Nutzer helfen wollen, den Realitätsstatus des jeweiligen Informationskomplexes einzuordnen. (Grimm 2002).

Der Vorgang des Einschaltens und Ausschaltens, das Übertreten der Medienschwelle, der Übergang von der Perzeption zur Apperzeption, all dies sind für mich als Subjekt Schnittstellen, an denen meine Handlungsmächtigkeit ins Spiel kommen kann. Wir sind alle hoch vernetzt, aber wir haben mit zunehmender Medienkomplexität auch gelernt, was einschalten und abschalten bedeutet. Insofern teile ich nicht die Ängste der Generation Baudrillards, der in den 1980er Jahren die Ohnmächtigkeitsworte vom „imaginären Koma des Bildschirms“, von der „Promiskuität der Bilder“ und von der „taktilen Pornographie der Bilder“ geprägt hat und erklärend dazu schreibt: „Wir nähern uns immer mehr der Oberfläche des Bildschirms, unsere Augen sind im Bild gleichsam verstreut. Wir halten nicht mehr die Distanz des Zuschauers zur Bühne, die Konventionen der Szene sind vergangen.“ (Baudrillard 1989, S. 121) Solche Aussagen gelten nur für lebensweltliche Grenzzustände, in denen jemand neurotisch der Mediamanie verfallen ist.⁷

Mir scheint das nicht die Handlungskomplexität menschlichen Alltags zu treffen. Das Übertreten der Medienschwelle ist ein wichtiger Akt der Trennung vom Perzeptionszusammenhang. Wie bekomme ich Zugang zu den Fernsehwelten? Durch eine Einschalthandlung, die mich technisch über die Medienschwelle hebt, mich mental positioniert und in Apperzeptionshaltung versetzt. Meine folgenden mentalen Handlungen beginnen demnach mit erhöhter und gerichteter Aufmerksamkeit und münden in mehr oder weniger konzentrierter Informationsverarbeitung. Wie bei jeder Art Wahrnehmung kann ich hier aber natürlich auch in eine Art Trance versinken. Baudrillard spricht vom „imaginären Koma des Bildschirms“. Das ist jedoch nicht fernsehspezifisch. Jede Textur kann mich mental in den Zustand der Realitätsirritationen versetzen. Wenn ich mich nicht ablenken lasse, bewege ich mich bei einem Buch oder bei einem Videoclip für die Dauer der mentalen Einlassung in einer imaginierten Welt, die die Reize des Fernsehbildes evozieren.

5. Mediensysteme und Medieninstitutionen

Können wir also beruhigt in der schönen neuen Medienwelt leben? Leider ist die Sache nicht so einfach. Vom rhetorischen Ansatz her wäre der Idealzustand erreicht, wenn der in die Oratorrolle getretene Mensch jedes zur Verfügung stehende Medium als sein Instrument für die Bewältigung eigener kommunikativen Anliegen nutzen könnte, denn Rhetorik beruht ja in der

Praxis auf der möglichst optimalen Beherrschung erfolgversprechender Kommunikationsverfahren. Nun deutet der sprechende Name Push-Medien bereits darauf hin, dass es Medien gibt, die mich schubsen, die ich aber keineswegs ohne weiteres in umgekehrter Richtung für meine Zwecke instrumentalisieren kann.

Nachdem wir bereits über die Begriffe Kode, Text und Medium nachgedacht haben, sind wir nun gegen Ende beim Begriff des Mediensystems im technischen Sinn und der Medieninstitution im sozialen Sinn angekommen. Die neuerdings auch wieder von Hackett bestätigte Undurchsichtigkeit der Mediensysteme bzw. -Institutionen des 20./21. Jahrhunderts ist die tiefste Ursache des immer wieder aufkeimenden Medien-Pessimismus (Hackett 2002). Zeitungen, Rundfunk und Fernsehen (um nur diese zu nennen) regulieren den Zugang zur Oratorrolle, d.h. die kommunikative Nutzung nach den eigenen Interessen des Orators, seien sie persönlich-privater, politischer oder ökonomischer Art. In der modernen „Massengesellschaft“ treten die Medienkomplexe nicht als Mediensysteme in Erscheinung, die jeder von uns als Orator nutzen kann, sondern als „Massenmedien“, für die die Menschen nur Adressaten-„Massen“ sind. Bei den hoch komplex organisierten modernen Mediensystemen gibt es natürlich auch technische Probleme, die dem Zugang zur Nutzung gewissermaßen strukturelle Grenzen setzen. Es kann nicht jeder ohne weiteres ins Fernsehen. Aber von Anfang an war dies auch sozial reguliert. Die Massenmedien erscheinen vielen Menschen selbst in Form öffentlich-rechtlicher Institutionen nur als Teil bestimmter Macht- und Wirtschaftskartelle. Das hat in Deutschland auch geschichtliche Gründe. Medieninstitutionen waren anfangs, und in Ostdeutschland bis vor kurzem, nicht-demokratisch in Obrigkeitsstaat, Monarchie und Diktatur verankert. Die Medienkonvergenztheorie geht davon aus, dass bestimmte Kartelle nach wie vor das Heft in der Hand haben (Winter 2002).

Nicht nur unter demokratischen Vorzeichen scheint es aber so etwas wie einen immanenten medienhistorischen Druck zu geben, der die Entwicklung immer wieder zu oratorfreundlichen Lösungen treibt. So sind die neuesten Medien bzw. Mediensysteme als sog. Pull-Systeme konzipiert, die zwar noch nicht die aktive Handlungsautonomie des Orators als Sender vorsehen, ihn letztlich in passiver Nutzerrolle bzw. Konsumentenrolle konzeptualisieren, aber doch den Schritt zur Interaktivität wagen. Winter (2003, S. 53) nennt die folgenden Merkmale: 1. Ortsunabhängigkeit (ich entscheide als Nutzer, wo ich nutze). 2. Zeitflexibilität (ich entscheide wann). 3. Konnektivität (ich bin immer erreichbar). 4. Individualität/Personalisierung (ich entscheide die Auswahl von Inhalten). 5. Kontextsensitivität (ich kann Informa-

tionen über meine jeweilige Umwelt bekommen, von den Einkaufsmöglichkeiten bis hin zum Straßennetz).

So wird der Schritt vom „Massenmedium“ zum „Nutzermedium“ oder, wie es Winter ausdrückt, von der „Telematik“ zur „Mediamatik“ vollzogen (Winter 2003, S 61 und 51). Der oratorische Idealzustand ist damit, wie gesagt, noch längst nicht erreicht. Er bahnt sich vielleicht in der konsequenten Durchsetzung der Interaktivität auch bei den sog. Push-Medien an. Dafür nennt Helmut Schanze (2002, S. 114) vier der uns schon bekannten Kriterien: 1. Interaktivität (Möglichkeit zur Informationsrichtungsänderung). 2. Indirektheit (alles an Information kann jederzeit abgerufen werden). 3. Mobilität. 4. Individualisierung.

Der Orator und das Medien- und Kommunikationssystem stehen in einem dialektischen Verhältnis zueinander. Einerseits verhelfen die neuen Medien dem Orator zu neuen Kommunikationsmöglichkeiten, andererseits schaffen sie für ihn systemisch neue, schwierige Verhältnisse. Das ist schon Marshall McLuhan bewusst, wenn er 1964 schreibt: „Der klassische Fluch des Midas, seine Fähigkeiten, alles, was er berührt, in Geld zu verwandeln, ist in gewissem Maße für jedes Medium, einschließlich der Sprache, charakteristisch.⁸ Diese Sage lenkt unsere Aufmerksamkeit auf die Magie aller Ausweitungen der menschlichen Sinne und des menschlichen Körpers, d.h. überhaupt auf alle Technik. Die ganze Technik hat den Kontaktzauber von König Midas. Wenn eine Gemeinschaft irgendeine Erweiterung ihrer selbst entwickelt, zeigt sie die Tendenz, eine Veränderung aller anderen Funktionen zugunsten einer Einbeziehung dieser Form zuzulassen.“ (Marshall McLuhan 1964/1992, S. 164).

Der letzte Satz dieses Zitats führt uns zu Joshua Meyrowitz (1985/1990), der den systemtheoretisch ausgerichteten Vorschlag gemacht hat, die Qualitätsfrage der Medien- und Kommunikationskultur in Analogie zu einem Biotop zu betrachten. „Er geht davon aus, dass sich im Biotop durch das Hinzukommen eines biologischen Lebewesens das Verhältnis aller Lebewesen zueinander ändert – egal, ob nun ein Tiger, ein Kaninchen oder eine Pflanze dazukommt. Entsprechend konzeptualisiert Meyrowitz die Umwelten von Verhalten, deren Ordnung sich im Sinne der Bedeutung, Leistung, Funktion usf. der einzelnen Medien ändert, wenn ein neues hinzukommt. Es wird sich also wohl das gesamte Gefüge der Mediennutzung und Kommunikationsformen und damit die maßgeblichen Artikulationen der Kultur von Gruppen über längere Sicht gesehen durch die neuen Medien der Telekommunikation neu formieren.“ (Winter 2003, S. 56 f.)

Damit ist allerdings noch nichts über die „Richtung“ des Wandels gesagt. Wohin bewegen wir uns? Lev Manovich konstatiert mit der neuen elektronisch-digitalen Mediengeneration, die unvergleichlich gegenüber allem bisher Dagewesenen sei, einen qualitativen Sprung: „Comparing new media to print, photography, or television will never tell us the whole story.“ (Manovich 2001, S. 47) Manovich zieht aus den neuesten technischen Möglichkeiten der allgemeinen Digitalisierung bereits weitreichende sozialphilosophische Folgerungen. Wenn medientechnologisch bedingt in der Welt der Texte nichts mehr stabil und dauerhaft ist, wird sich nach Meyrowitz die von mir oben konstatierte Weltsicht des „Anything goes“ als mental verankerte Maxime auch sozial niederschlagen: „The principle of variability exemplifies how, historically, changes in media technologies are correlated with social change. If the logic of old media corresponded to the logic of industrial mass society, the logic of new media fits the logic of the postindustrial society, which values individuality over conformity.“ Diese Sicht kulminiert in der Feststellung: „In a postindustrial society, every citizen can construct her own custom lifestyle and 'select' her ideology from a large (but not infinite) number of choices.“ (Manovich 2001, S. 41 f.).

Rhetoriktheoretisch gesehen werden für die Oratorrolle tendenziell alle Möglichkeiten der virtuellen Interaktion entscheidende Bedeutung gewinnen, einschließlich der Möglichkeit, virtuelle Existenzweisen zu begründen. Denken wir noch ein letztes Mal an die eingangs vorgestellte Frau aus Altmans „Short Cuts“. Lebensweltlich wäre sie als eine gestresste Mutter und Ehefrau vorzustellen. Die neue Telekommunikationstechnik erlaubt ihr, eine zweite, virtuelle Existenz im Netz zu begründen. Damit kann sie Anschlussoperationen an die virtuellen Phantasien in den Köpfen ihrer sexinteressierten Telefonkunden vornehmen. Im Netz ist sie eine Prostituierte, Geschäftsfrau, Femme fatale, eine Domina, vor der die Männer virtuell kriechen.

Jean Baudrillard hat, wie wir uns erinnern, längst vom allgemeinen Versinken in Virtualität gesprochen.⁹ Davon kann aber keine Rede sein. Dennoch wird die Existenz im Netz und das Hängen am Netz für alle, zumindest für unsere Kinder, eine neue alltägliche Option sein. Aber nie werden wir unseren realen Hunger, unseren vollkommen körperlichen Durst, unseren Wunsch nach personaler Nähe, nach den Düften der Welt und nach Hautkontakt verlieren, solange wir unser Menschsein nicht verlieren.

Literaturverzeichnis

- ARD/ZDF-Medienkommission (Hrsg.) (2001): *Massenkommunikation 2000: Images und Funktionen der Massenmedien im Vergleich*. Frankfurt/M..
- Baudrillard, Jean (1989): *Videowelt und fraktales Subjekt*. In: *Ars Electronica* (Hrsg.): Jean Baudrillard, Hannes Böhringer, Vilém Flusser, Heinz von Foerster, Friedrich Kittler, Peter Weibel. *Philosophien der neuen Technologie*. Berlin, S. 113-131.
- Blask, Falk (1995): *Baudrillard zur Einführung*. Hamburg.
- Barry Brown, Nicola Green, Richard Harper (Hrsg.): *Wireless World. Social and Interactional Aspects of the Mobile Age*. London 2002.
- Faulstich, Werner (1997): "Jetzt geht die Welt zugrunde ..." - "Kulturschocks" und Medien-Geschichte: Vom antiken Theater bis zu Multimedia. In: Peter Ludes, Andreas Werner (Hrsg.): *Multimedia-Kommunikation*. Opladen, S. 13-35.
- Geißner, Hellmut (1987): *Zur Rhetorizität des Fernsehens*. In: H. Geißner, Rudolf Rösener (Hrsg.): *Medienkommunikation. Vom Telephon zum Computer*. Frankfurt/M.
- Grimm, Petra (2002): *Die Illusion der Realität im Labyrinth der Medien. Die Konstruktion von Authentizität an der Grenze von Fiction und Non-Fiction*. In: Hans Kraah, Claus-Michael Ort (Hrsg.): *Weltentwürfe in Literatur und Medien. Phantastische Wirklichkeiten –realistische Imaginationen*. Kiel, S. 361-382.
- Hasebrink, Uwe (2003): *Konvergenz aus Nutzerperspektive. Zur Integration neuer Medien in die Nutzungsmuster von Jugendlichen*. In: Judith Bug, Matthias Karmasin (Hrsg.): *Telekommunikation und Jugendkultur. Eine Einführung*. Opladen., S. 29-46.
- Hickethier, Knut (1998): *Geschichte des deutschen Fernsehens*. Stuttgart, Weimar.
- Hickethier, Knut (2002): *Fernsehtheorie als ultimative Medientheorie in der digitalen Gesellschaft*. In: Peter Gendolla, Peter Ludes, Volker Roloff (Hrsg.): *Bildschirm – Medien – Theorien*. München, S.119-131.
- Höflich, Joachim R. (1996): *Technisch vermittelte interpersonale Kommunikation. Grundlagen, organisatorische Medienverwendung, Konstitution „elektronischer Gemeinschaften“*. Opladen.
- Karasek, Hellmuth (1997): *Hand in Handy*. München.
- Klimmt, Christoph (2001): *Computer-Spiel: Interaktive Unterhaltungsangebote als Synthese aus Medium und Spielzeug*. In: *Zeitschrift für Medienpsychologie* 13 (2001), H.1, S. 22-32.
- Klotz, Fabian (2004): *Zur Medienwertelehre*. In: J. Knappe (2004a). *Medienrhetorik*. Tübingen (im Druck).
- Knappe, Joachim (2000a): *Was ist Rhetorik?* Stuttgart.
- Knappe, Joachim (2000b): *Die kodierte Welt. Bild, Schrift und Technobild bei Vilém Flusser*. In: J. Knappe, Hermann-Arndt Riethmüller (Hrsg.): *Perspektiven der Buch- und Kommunikationskultur*. Tübingen, S. 1-18.
- Knappe, Joachim (2004a): *Medial- und Medienrhetorik. Einleitende Überlegungen*. In: J. Knappe (Hrsg.): *Medienrhetorik*. Tübingen (im Druck)

- Knappe, Joachim (2004b): Virtualität und VIVA-Video World. In: Eva Kimminich, Siegfried J. Schmidt (Hrsg.): Kulturschutt, Pragmatismus und Recycling. Münster (im Druck)
- Krotz, Friedrich (1998): Kultur, Kommunikation und die Medien. In: Ulrich Saxer (Hrsg.): Medien-Kulturkommunikation. Opladen, S. 67-87 (= Publizistik Sonderheft 2).
- Laurel, Brenda (1993): Computers as Theater. Reading, Mass. etc. .
- McLuhan, Marshall (1964/1992): Die magischen Kanäle. Düsseldorf ,(amerik. Understanding Media, 1964).
- McLuhan, Marshall (1967/1969): Das Medium ist die Massage. Frankfurt/M (amerik. The Medium is the Massage, 1967).
- Manovich, Lev (2001): The Language of New Media. Cambridge, Mass..
- Meyrowitz, Joshua (1985/1990): Die Fernsehgesellschaft I & II. Weinheim, Basel.
- Parsons, Talcott (1986): Akteur, Situation und normative Muster. Ein Essay zur Theorie sozialen Handelns. Frankfurt/M..
- Ross, Dieter (1997): Traditionen und Tendenzen der Medienkritik. In: Hartmut Weßler, Christiane Matzen, Otfried Jarren, Uwe Hasebrink (Hrsg.): Perspektiven der Medienkritik. Opladen, S. 29-45.
- Schanze, Helmut (2002): Interaktivität und Fernsehen. In: Peter Gendolla, Peter Ludes, Volker Roloff (Hrsg.): Bildschirm - Medien - Theorien. München, S. 111-118.
- Schmale, Günter (1988): "pour un bébé qui a de la diarrhée". Telefonische Kommunikation - technisch übertragene oder technisierte Kommunikation? In: Rüdiger Weingarten, Reinhard Fiehler (Hrsg.): Technisierte Kommunikation. Opladen, S. 9-30.
- Schwitalla, Johannes (1996): Telefonprobleme. (Leidvolle) Erfahrungen mit einem neuen Medium. In: Zeitschrift für germanistische Linguistik 24 (1996), S. 153-174.
- Weinig, Katja (1996): Wie Technik Kommunikation verändert. Das Beispiel Videokonferenz. Münster.
- Winter, Carsten (2003): Die konvergente Re-Artikulation von Jugendkulturen im Spannungsfeld zwischen spielerischen Taktiken und kommerziellen Strategien. In: Judith Bug, Matthias Karmasin (Hrsg.): Telekommunikation und Jugendkultur. Eine Einführung. Opladen, S. 47-75.

Anmerkungen

- ¹ Vgl. das ganz oratortheoretisch ausgerichtete, mit der Theatermetapher arbeitende Buch von Brenda Laurel (1993): Computers as Theater. Reading; oder die Theorie der Aufforderung bei Christoph Klimmt (2001).
- ² Zur rhetorischen Kategorie des „medialen Widerstands“ siehe Knappe (2000a, S. 62 f.); vgl. auch Knappe (2004a).
- ³ In dieser Hinsicht ist es interessant, Beiträge zur Mediendebatte zu analysieren. Bei genauerem Hinsehen wechselt die Argumentation sehr schnell immer wieder vom Medium zum dimittierten „Text“ (im Sinne des erweiterten Textbegriffs), wenn es um die rhetorische Zentraloperation der Persuasion geht; vgl. etwa das Kapitel „Rhetorizität des Fernsehens“ bei Hellmut Geißner (1987), S. 135-160, hier S. 143-150 (= Sprache und Sprechen 18).
- ⁴ Es ist die Erlebnisform „universaler Virtualität und simulierter Allgegenwärtigkeit“ (siehe Knappe 2000b, S. 16).

⁵ Zu dieser Art Sekundärmedialität siehe Knappe (2000a, S. 100f.)

⁶ Wobei Hörfunk und Fernsehen insofern voran stehen, als noch im Jahre 2000 rund 80% des Medien-Zeitbudgets der Bundesbürger darauf entfallen. ARD/ZDF-Medienkommission (Hrsg.) (2001, S. 6).

⁷ Im übrigen möchte ich auch hier darauf hinweisen, dass wiederum der (mediale) Bildschirm mit dem (textuellen) Bild vermischt wird.

⁸ Im Sinne meiner obigen Ausführungen sollte die Sprache unter dem Begriff „Kode“ verhandelt werden. Das Zitat macht deutlich, dass McLuhan auf den älteren Medienbegriff rekurriert, nach dem alle Einrichtungen, die Interaktionen zwischen Menschen ermöglichen – z.B. auch die Eisenbahn – als Medien verstanden werden können (ähnlich Niklas Luhmann, „Liebe als Medium“ usw.). Das Geld gehört (nach dem von mir oben exponierten harten Medienbegriff und unter Absehung vom umgangssprachlichen Begriff des Mediums) sicherlich zu den interaktionstauglichen Symbolen, nicht aber zu den Medien, wenn der Realitätsgrad mehr und mehr heruntersinkt, dann deshalb, weil das Medium selbst ins Leben übergegangen ist, weil es zu einem gewöhnlichen Ritual der Transparenz geworden ist. Dasselbe trifft auf die Virtual Reality zu: ihr gesamter digitaler, numerischer Apparat ist bloß das Epiphänomen einer tiefgreifenden Virtualisierung des Seins.“ Jean Baudrillard: Die Illusion und die Virtualität. In: Jean Baudrillard: Die Illusion und die Virtualität. Bern 1994, S. 7-22, hier S. 9.