

Was ist ein Medium?

Ein philosophischer Beitrag zu einer medientheoretischen Debatte

Auch das Wort ‚Medium‘ ist
ein interessantes Wort.
(Hans-Georg Gadamer)

I.

Ein Medium ist ein Mittel zur Übertragung von Informationen. Das gilt evidenterweise für Kommunikationsmedien wie Telefon, E-Mail oder Brief; es gilt aber auch für Unterhaltungsmedien wie Kino oder iPod, für Speichermedien wie Bücher und Festplatten oder die Massenmedien Presse, Radio und Fernsehen; es trifft für physikalische Übertragungsmedien wie Luft und Wasser nicht weniger zu als für das parapsychologische Medium spiritualistischer Séancen – und es gilt, mutatis mutandis, auch für alles andere, was im Zuge der Karriere des Begriffs als Medium bezeichnet wurde: Geld, Macht, Mode, Strom, die Liste ist bekanntlich sehr lang. In jeder seiner Verwendungsweisen, und sei sie prima facie noch so ungewöhnlich, ist im Medienbegriff die Idee eines Informations- oder Datentransfers, wenn man sie nur weit genug fasst, virulent – und damit zugleich die Vorstellung, dass das Medium als Mittel der Übermittlung auch in der Mitte des Transferprozesses situiert ist. In dieser Vorstellung wiederum ist nicht nur die ethymologische Bedeutung des Wortes „Medium“ aufgehoben – als das in der Mitte sich Befindende, das Mittlere¹; die Beschreibung des Begriffs Medium als ein in einem Zwischenraum sich befindendes Mittel zur Übertragung von Informationen schließt zugleich an früheste implizit medienphilosophische Reflexionen etwa bei Aristoteles an, dessen Wahrnehmungstheorie im Begriff des metaxy die Idee des Mediums alludiert². „Die

- 1 Abgeleitet vom gleichnamigen lateinischen Substantiv „medium, medii (n.): Mitte; aber auch: Öffentlichkeit, Gemeingut, öffentlicher Weg“ (so die Übersetzungen in *Der kleine Stowasser*, München: Freytag 1966, S. 311f.).
- 2 Vgl. hierzu Wolfgang Hagen, „Was ist ein Medium? Eine medienepistemologische Fußnote“, in: Munker/Roesler (Hg.), *Was ist ein Medium?, a.a.O.*,

grundlegendste Definition des Mediums“, so heißt es bei Alexander Roesler, „ist die des Dazwischen“³. „Wo es Medien gibt“, so folgert Christoph Tholen, „muss es Distanz gegeben haben“⁴. Dieter Mersch geht noch einen Schritt weiter; er schreibt: „Es gibt Medien, weil es Alterität gibt.“⁵ Ein Medium, unabhängig davon, was es sonst noch leisten mag, setzt im Zuge der Informationsübermittlung zwei in ihrer Funktion voneinander zu unterscheidende Pole miteinander in Beziehung – Sender und Empfänger, Autor und Leser, Sprecher und Hörer, Archiv und Text, Speicher und Bildschirm, Produzent und Zuschauer, u.s.w.: Eine solche, allgemeinste Bestimmung des Medienbegriffs lässt natürlich alle wesentlichen Fragen noch unbeantwortet, alle interessanten Probleme unberührt; sie dürfte allerdings gerade in ihrer Trivialität ein recht hohes Zustimmungspotential bergen.

II.

Jenseits des Trivialen hört jeder Konsens auf; jede weitere Spezifizierung des Begriffs Medium macht eines der zentralen Probleme der mit diesem Begriff operierenden Wissenschaften deutlich: Auf die Frage „Was ist ein Medium?“ sind die Antworten so zahlreich wie verschieden. Davon legt unser gleichnamiger Band, obwohl *und* weil er nur einen Teil der verschiedenen medienwissenschaftlichen Ansätze zu Wort kommen lässt, angesichts der Disparatheit der hier vorgestellten Definitionen des Medienbegriffs ein deutliches Zeugnis ab; eine weitere Darstellung des breiten Spektrums unterschiedlicher, zum Teil einander ausschließender Deutungen wäre an dieser Stelle redundant. Hier genügt der Befund, dass der geradezu inflationär gewordene Gebrauch des Medienbegriffs neben einer Vielzahl interessanter Medienkonzepte auch eine semantische Entgrenzung des Begriffs in Gang gesetzt hat, deren Tendenz am Ende jede sinnvolle Verwendung fragwürdig macht: „denn wenn“, so Lorenz Engell zu Recht, „schlicht Alles Medium wäre, dann wäre Medium nichts“⁶.

S.13–29. Für eine ausführliche Darstellung siehe Frank Haase, *Die Aristotelische Philosophie der Medien*, München: 2006.

- 3 Alexander Roesler, „Medienphilosophie und Zeichentheorie“, in: Münker/Roesler/Sandbothe (Hg.), *Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs*, a.a.O. 2003, S. 34–52, hier: S. 39.
- 4 Georg Christoph Tholen, „Medium/Medien“, in: Alexander Roesler, Bernd Stiegler (Hg.), *Grundbegriffe der Medientheorie*, Paderborn: Fink 2005, S. 150–172, hier: S. 153.
- 5 Dieter Mersch, *Medientheorien zur Einführung*. Hamburg: Junius 2006, S.9.
- 6 Lorenz Engell, „Wege, Kanäle, Übertragungen – Zur Einführung“, in: ders. mit Oliver Fahle, Britta Neitzel, Claus Pias und Joseph Vogl (Hrsg.), *Kurs-*

Wenn aber ein so allgemeiner und grundlegender Begriff wie der des Mediums unklar und seine Verwendung fragwürdig wird, dann ist die Philosophie gefragt.

III.

Die Antworten der Philosophie auf die Frage nach dem Medium nun sind allerdings ebenfalls keineswegs eindeutig. Einige von ihnen (über bereits zitierte hinaus) lauten: Medien sind „Ermöglichungsbedingungen“⁷; oder schlicht „Boten“⁸. Sie stellen eine besondere Art von Werkzeugen dar, weil nur sie „die Trennung von Genesis und Geltung ermöglichen“⁹ – oder sie sind im Gegenteil ein von jeder Art Werkzeug kategorial zu Unterscheidendes, weil das, was sie ermöglichen, nur mit ihnen möglich wird¹⁰. Wir können sie nicht

buch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, a.a.O., S. 127–133, hier: S. 127.

- 7 So bei Ulrike Ramming in ihrem Aufsatz „Der Ausdruck „Medium“ an der Schnittstelle von Medien-, Wissenschaft- und Technikphilosophie, in: Münker/Roesler (Hg.), *Was ist ein Medium?*, a.a.O., S. 249–271, hier: S. 269.
- 8 So Sybille Krämer, „Medien, Boten, Spuren. Wenig mehr als ein Literaturbericht“, in: Münker/Roesler (Hg.), *Was ist ein Medium?*, a.a.O., S. 65ff.; vgl. aber auch bereits ihren Text „Die Heteronomie der Medien. Versuch einer Metaphysik der Medialität im Ausgang einer Reflexion des Boten“, in: *Journal Phänomenologie* 22/2004, Themenheft „Philosophie der Medien“, Wien, S. 18–38. Auch Raphael Cappuro hat sich an einer Bestimmung des Medienbegriffs über eine „Theorie des Botschaft“ versucht, in deren Zentrum er eine philosophische Lektüre der theologischen Figur des Boten gerückt hat; vgl. R. Capurro, „Theorie der Botschaft“, in: ders., *Ethik im Netz*, Stuttgart: Franz Steiner Verlag 2003, S. 105–122. Eine frühere Reflexion auf die Figur des Boten zur Bestimmung von Medialität findet sich zumindest angelegt auch bei Horst Wenzel (Hg.), *Gespräche – Boten – Briefe. Körpergedächtnis und Schriftgedächtnis im Mittelalter*. Berlin: Schmidt Verlag 1997. Und natürlich bei Michel Serres, *Die Legende der Engel*, Frankfurt a.M.: Insel 1995.
- 9 So Lambert Wiesing in seinem Text „Was sind Medien?“, in: Münker/Roesler (Hg.), *Was ist ein Medium?*, a.a.O., S. 235–249, hier: S. 240.
- 10 Sybille Krämer schreibt: „Auf ein Instrument findet man sich verwiesen, seiner bedient man sich; und was mit ihm bearbeitet wird, hat eine vom Werkzeug durchaus ablösbare Existenz. An ein Medium hingegen ist man gebunden, in ihm bewegt man sich, und was in einem Medium vorliegt, kann vielleicht in einem anderen Medium, aber nicht gänzlich ohne Medium gegeben sein.“ (S. Krämer, „Das Medium als Spur und Apparat“, in: dies. (Hrsg.), *Medien. Computer. Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1998, S. 73–94; hier: S. 83f. – Die

mehr literal, sondern nur noch metaphorisch beschreiben¹¹; ja, sie sind uns überhaupt nur negativ gegeben, weil sie „sich im Vollzug aus[löschen]“¹². – Wobei diese letzte Behauptung, weit verbreitet unter Medienphilosophen¹³, Gegenfragen provoziert: Inwiefern ist ein Telefon, während ich telefoniere, kein Medium? Wohin hat sich das Medium am Gerät während des Gesprächs verflüchtigt? Ist die mitunter allzu stark strapazierte Rhetorik des Entzugs, der Undarstellbarkeit, des Auslösens, Verschwindens oder Verbergens der Medien nicht am Ende nur ein intellektuelles Ausweichmanöver, eine philosophische Verrätselungsstrategie? „Vielleicht“, so schreiben die Herausgeber eines Readers Digest medientheoretischer Grundlagentexte, „könnte ein erstes medientheoretisches Axiom [...] lauten, dass es keine Medien gibt“¹⁴. Nein, muss man entgegen; könnte es nicht: Um Gegenstand theoretischer Auseinandersetzung werden zu können, muss es sie geben, die Medien – als konkrete, empirisch beschreibbare und sinnlich erfahrbare Objekte¹⁵, die eben in diesen phänomenologischen Eigenschaften einen nicht unwesentlichen und schon gar nicht reduzierbaren Teil ihrer charakteristischen

Abgrenzung des Medienbegriffs vom Werkzeugbegriff geht dabei zurück auf Hegel, der in der *Phänomenologie des Geistes* (und damit natürlich ohne jede der unseren vergleichbaren Anschauung von Medien gewissermaßen blind, wenn auch hellsichtig) schreibt: „[I]st das Erkennen nicht Werkzeug unserer Tätigkeit, sondern gewissermaßen ein passives Medium, durch welches hindurch das Licht der Wahrheit an uns gelangt, so erhalten wir auch so sie nicht, wie sie an sich, sondern wie sie durch und in diesem Medium ist.“ (G.W.F. Hegel, *Phänomenologie des Geistes*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1973, S. 68.)

- 11 So die begriffliche Konsequenz, die Georg Christoph Tholen aus der inflationären Verwendung des Medienbegriffs zieht; in: ders., „Die Metaphorologie der Medien“, in: ders., *Die Zäsur der Medien*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 2002, S. 19–60.
- 12 So Dieter Mersch in seinem Aufsatz „Tertium datur. Einleitung in eine negative Medientheorie“, in: Münker/Roesler (Hg.), *Was ist ein Medium?*, a.a.O., S. 304–322.
- 13 „Medienträger sind für uns [...] niemals zugänglich. Sie sind für uns nur dann zugänglich, wenn sie gerade nicht als Medienträger fungieren.“ Boris Groys, *Unter Verdacht*, München: Hanser 2000, S. 29. Daraus macht Sybille Krämer die These: „Medien bringen etwas zum Vorschein, indem sie sich selbst dabei verbergen“, l.c., S.83.
- 14 Lorenz Engell, Oliver Fahle, Britta Neitzel, Claus Pias, Joseph Vogl, „Einleitung“, in: dies., *Kursbuch Medienkultur*, Stuttgart: DVA 2002, S. 10.
- 15 In diesem Sinne argumentiert auch Wolfgang Ernst in seinem Text „»Merely the Medium«? Die operative Verschränkung von Logik und Materie“, in: Münker/Roesler (Hg.), *Was ist ein Medium?*, a.a.O., S. 158–184, hier: S. 162, wenn er schreibt: „Damit [...] Medien zum Zug kommen, müssen sie in der realen Welt implementiert sein, in Physik und Zeit.“

Medialität erst gewinnen! – Und die Erwiderung darauf würde lauten: Du verstehst nicht, was wir meinen! Natürlich gibt es Objekte, die wir Medien nennen. Doch was damit je gemeint ist, ändert sich immer wieder – wodurch sich die Medien einer eindeutigen Bestimmung eben auch immer wieder entziehen. Aber wäre die Konsequenz der Feststellung, dass es keine historisch invariante, alle Kontexte transzendierende Bedeutung des Begriffs „Medium“ gibt, tatsächlich die These, dass es keine Medien gibt? Verschwindet die Bestimmbarkeit der Dinge mit ihren Ideen? Wohl kaum.

IV.

So vielfältig und zum Teil strittig die verschiedenen theoretischen Vorschläge darüber sind, wie wir den Begriff „Medium/Medien“ eigentlich richtig zu verstehen haben, so unstrittig und eindeutig ist der Befund hinsichtlich der Frage, was wir normalerweise meinen, wenn wir den Begriff verwenden und in Alltagssprachlichen Kontexten von Medien reden: Reden wir von Medien, meinen wir (schon seit einiger Zeit¹⁶) allgemein technische Kommunikations- und Unterhaltungsmedien; ja, zumeist präziser noch die Massenmedien. „Die Medien“ – das zielt im gewöhnlichen Sprachgebrauch zunächst auf die führenden Fernseh- und Rundfunksender und die entsprechenden Printorgane¹⁷. Implizit reflektiert diese alltägliche Verwendung des Begriffs bereits eine philosophische These: Wer von Medien redet, redet *immer* auch schon von einer irgendwie prägenden Rolle, die Medien im Prozess der Informationsverarbeitung innehaben. Zugleich gibt das Alltagsverständnis des Medienbegriffs jedem philosophischen Versuch, seine Bedeutung sinnvoll zu rekonstruieren, eine richtungweisende Perspektive vor: Eine Definition von

-
- 16 Und zwar, um genauer zu sein: Seit sich im Zuge der zunehmenden Ausbreitung von Hörfunk und Fernsehen im Selbstbewusstsein unserer Gesellschaften die prägende Rolle gemeinsamer Rezeptionserfahrungen manifestiert hat; d.h. ungefähr seit Mitte des zwanzigsten Jahrhunderts.
- 17 „Umgangssprachlich ist der Begriff „Medien“ vor allem mit den Massenmedien: Zeitung, Zeitschrift, Hörfunk, Film und Fernsehen verbunden.“ Artikel „Medien“, in: *Wikipedia, Die freie Enzyklopädie*. Bearbeitungsstand: 5. April 2008, 14:16 UTC. (<http://de.wikipedia.org/w/index.php?title=Medien&oldid=44550291>) (abgerufen: 5. April 2008, 19:56 UTC). – Dass diese Engführung des Medienbegriffs nicht auf den Common Sense beschränkt bleibt zeigt sich beispielsweise auch bei Hans-Georg Gadamer, der in seinem Text „Kultur und Medien“ (in: Axel Honneth, Thomas McCarthy, Claus Offe und Albrecht Wellmer (Hgg.), *Zwischenbetrachtungen im Prozeß der Aufklärung*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1989, S. 713–732) durchgängig die Begriffe „Medium/Medien“ und „Massenmedien“ synonym verwendet.

„Medium“, die nicht zugleich eine plausible Erläuterung des Phänomens der Massenmedium (genauer: der *medialen Aspekte* der Massenmedien) mit-lieferte, wäre, kantianisch gesprochen, ein Begriff ohne Anschauung.

Natürlich wäre eine Definition des Medienbegriffs, die sich einzig auf die Explikation der massenmedialen Phänomene beschränkte, theoretisch unzureichend, weil sie dem abstrakten Gegenstand „Medium“ – gerade in seinen philosophisch interessanten Aspekten – nicht gerecht würde.

V.

Philosophisch interessant sind Medien selbst, und nicht nur ihr Begriff, vor allem, weil ihnen ein gewisser Surplus an Sinn ebenso wie an Wirkung innewohnt, ein Bedeutungs- und Effektüberschuss eigen ist, der dazu führt, dass Medien zumeist mehr sind, als sie zunächst scheinen; dass sie meist (auch) anderes tun, als sie eigentlich sollen – und dass sie das, was sie tun, immer wieder anders tun, als wir es zunächst erwarten. Medien sind Dinge, die in ihrer Dinglichkeit nicht aufgehen; ihre mediale Idee transzendiert immer wieder die eigene Gegenständlichkeit – und überrascht, enttäuscht oder übertrifft die Erwartungen ihrer Nutzer. Diese irritierende Erfahrung motiviert bereits die wenn nicht älteste, so doch gewiss prominenteste medienphilosophische Reflexion der Antike – die Kritik der Schrift, die der platonische Sokrates im *Phaidros* dem Ägypter Thamus in den Mund legt¹⁸, zielt schließlich über die dem Medium der Schriftlichkeit genuine Eigenschaft, Sprache durch ihre Vergegenständlichung jenseits des Moments ihrer Äußerung noch konservieren zu können; d.h., über das lexikale Verständnis von Schrift als Medium zur Konservierung von Informationen und Ermöglichung ihrer Kommunikation unter Abwesenden *hinaus* auf einen vermeintlich in der Verschriftlichung von Sinn als medial unvermeidlich angelegten Entzug von Sinn – und sie ist damit auch zu lesen als eine theoretische Reaktion auf den historischen Übergang von der Kultur der Oralität zur Schriftkultur¹⁹.

18 Platon, *Phaidros*, 274e ff.

19 Grundlegend sind hier die Arbeiten von Eric A. Havelock: *Preface to Plato. A History of the Greek Mind*, Cambridge and London: The Belknap Press of Harvard University Press 1963 und Walter J. Ong: *Orality and Literacy. The Technologizing of the Word*, New York: Methuen & Co. 1982 (dt.: *Oralität und Literalität. Die Technologisierung des Wortes*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1987).

Man muss Platons Schriftkritik nicht teilen, um ihre medien-theoretisch initiale Sprengkraft zu würdigen: Wir haben mit Medien nicht zu tun, ohne dass wir es zugleich mit mehr und anderem zu tun haben. Und der den einzelnen Medien immer wieder eigene Bedeutungsüberschuss ist hier wiederum erst der eine Aspekt. Ein zweiter Aspekt ist die Tatsache, dass Medien durch die Art und Weise ihrer Verwendung und Verbreitung unsere gesamte Lebenswelt prägen und beeinflussen – und damit im Fundament dieser Welt signifikante Spuren hinterlassen: Medien führen, *indem* wir sie gebrauchen, dazu, dass wir über uns und die Welt, in der wir uns bewegen, immer wieder neu und anders nachdenken. Beispiele hierfür gibt es nahezu beliebig viele; zu den prominentesten gehört etwa Walter Benjamins Plädoyer dafür, angesichts der Entstehung des Mediums der Fotografie den Begriff der Kunst radikal neu zu denken²⁰; auch Jürgen Habermas mittlerweile klassische Rekonstruktion des vor allem durch die Entwicklungen im Bereich der Massenmedien verursachten Bedeutungswandels der Idee von Öffentlichkeit im 19. und 20. Jahrhundert ist hier exemplarisch²¹ – zumal die Diskussion über die medial induzierte Verschiebung im Gefüge des Öffentlichkeitsbegriffs durch die Entwicklungen im digitalen Netz in den letzten Jahren wieder neu entfacht ist²². Die im Anschluss an das Aufkommen der digitalen Medientechniken zur Erzeugung so genannter „Virtueller Realitäten“ entstandenen Diskussionen über den Begriff der Wirklichkeit sind ein weiteres Beispiel²³ ebenso wie die durch die Entstehung neuer Formen der Wissensakkumulierung und -archivierung (Stichwort: Wikipedia) ange-

-
- 20 Walter Benjamin, „Das Kunstwerk im Zeitalter seiner technischen Reproduzierbarkeit“, in: ders.: *Gesammelte Schriften I*, 27 hrsg. v. R. Tiedermann und H. Schweppenhäuser, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1980, S. 471–508.
 - 21 Jürgen Habermas, *Strukturwandel der Öffentlichkeit. Untersuchungen zu einer Kategorie der bürgerlichen Gesellschaft*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1962.
 - 22 Vgl., um nur ein Beispiel zu nennen, die Beiträge in: Rudolf Maresch (Hg.), *Medien und Öffentlichkeit. Positionen Symptome Simulationsbrüche*, München: Boer 1996. – Eine aktuelle Bestandsaufnahme dieser Diskussion versuche ich in meinem Buch *Emergenz digitaler Öffentlichkeiten. Die Sozialen Medien des Web 2.0* (Frankfurt a.M.: edition unseld 2009; im Erscheinen).
 - 23 Vgl. hierzu meinen Aufsatz „Medienphilosophie der Virtual Reality“ in: Ludwig Nagl und Mike Sandbothe (Hrsg.), *Systematische Medienphilosophie*, Berlin: Akademie Verlag 2005 (Sonderausgabe der *Deutschen Zeitschrift für Philosophie*), S. 381–396.

stoßen Debatten über den Status und die Legitimation des Wissens und seiner Verwalter²⁴.

Der vielleicht interessanteste, möglicherweise irritierendste, auf jeden Fall philosophisch umstrittenste Aspekt von Medien aber ist die Tatsache, dass sie Mittel zur Informationsübertragung sind, die *deswegen* immer mehr sind, als bloße Informationsübertragungsmittel, weil sie im Prozess der Übertragung der Information diese selber auf eine konstitutive Weise prägen. Was Medien vermitteln ist *wie* es ist nur, *weil* es medial vermittelt wurde. – Diese Einsicht ist natürlich nicht neu; sie ist vielmehr für die zeitgenössische Medientheorie grundlegend. Eine ihrer frühesten Formulierungen datiert bereits aus den 80er Jahren des 19. Jahrhunderts – Nietzsches oft zitiertes Diktum: „Unser Schreibzeug arbeitet mit an unseren Gedanken.“²⁵ Die immer noch radikalste Formulierung dieses Gedankens wiederum ist die gleichzeitig mit Abstand bekannteste medientheoretische These überhaupt – Marshall McLuhans Antwort auf die Frage, was ein Medium sei: „The medium is the message“/ „Das Medium ist die Botschaft“²⁶. In diesem Satz, ebenso oft zitiert wie kritisiert, spiegelt sich zunächst McLuhans eigene Forschungsperspektive – ihn interessierte schließlich weniger, was wir mit Medien machen, als was Medien mit uns machen. McLuhan selber hat diese Leistung im Rahmen seines (mit guten Gründen bestreitbaren!²⁷) anthropomorphen Medienbegriffs bekanntlich in der vermeintlichen Fähigkeit der Medien, unseren sinnesphysiologischen

24 Zur Diskussion über den Wandel des Wissensbegriffs vgl.: Peter Gendolla, Jürgen Schäfer (Hrsg.), *Wissensprozesse in der Netzwerkgesellschaft*. Bielefeld: transcript 2005.

25 Friedrich Nietzsche in einem Brief an seinen Sekretär Heinrich Köselitz alias Peter Gast; Friedrich Nietzsche, *Sämtliche Briefe. Kritische Studienausgabe*. Hrsg. von Giorgio Colli und Mazzino Montinari, 8 Bände, Berlin/New York: Walter de Gruyter 1986, hier: Band 6, Seite 172. Vgl. hierzu Friedrich Kittlers Interpretation in: *Grammophon, Film, Typewriter*, Berlin: Brinkmann & Bose 1986, S. 193 ff. Nietzsches mit seiner „Schreibkugel“ verfassten Texte sind mittlerweile gesammelt erschienen in dem von Stephan Günzel und Rüdiger Schmidt-Grépály editierten Band *Friedrich Nietzsche, Schreibmaschinentexte*, Weimar: Verlag der Bauhaus Universität 2002.

26 Marshall McLuhan, *Die magischen Kanäle. Understanding Media*, Dresden: Verlag der Kunst 1994, S. 21.

27 So von Christoph Tholen in: „Metaphorologie der Medien“, in: ders.: *Die Zäsur der Medien. Kulturphilosophische Konturen*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 2002, S. 19–60; hier: S. 26–34. Vgl. auch Sybille Krämers „Vom Mythos ‚Künstliche Intelligenz‘ zu Mythos ‚Künstliche Kommunikation‘ oder: Ist eine nicht-antropomorphe Beschreibung von Internet-Interaktion möglich?“, in: S. Münker und Alexander Roesler (Hg.), *Mythos Internet*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1997, S. 83–107.

Apparat zu erweitern, gesehen. Die nicht-anthropomorphe Pointe seiner These ist allerdings der implizite Hinweis auf eine *doppelte* Konstitutionsleistung von Medien: Medien prägen nicht nur die Inhalte, die sie vermitteln – sie bestimmen über die Art und Weise, wie wir sie nutzen, noch ihren eigenen Zweck: „Menschen“, so Siegfried J. Schmidt, „können mit den Medien nur genau das machen, was die Medien ihnen [...] zu machen erlauben. Insofern sind Medien Bedingungen von Möglichkeiten und in diesem Sinne Aprioris, die jeder Nutzung vorausliegen und sie bestimmen“²⁸.

Deswegen steckt in McLuhans These auch die nicht weniger radikale Feststellung – es gibt keine Botschaften ohne Medien.

VI.

Medien aber sind nicht einfach da. Medien sind von uns gemachte, technische Artefakte. Das abstrakte Apriori der Medien ist entsprechend zunächst ein konkret technisches – wer verstehen will, wie Medien ihre bedeutungskonstitutive und welterschließende Rolle spielen, muss sich phänomenologisch genau anschauen, wie sie technisch operieren. Was ändert sich an unserer Art und Weise, uns selbst und die Welt zu verstehen, wenn wir das eine Verständigungsmedium (sagen wir: den Brief) durch ein anderes Verständigungsmedium (das Telefon) ersetzen? – Natürlich müssen wir zur Beantwortung dieser Frage zumindest auch die Medien ‚Brief‘ und ‚Telefon‘ in ihrer technischen Differenz detailliert beschreiben. Und erst eine phänomenologisch dichte Beschreibung dieser Differenz würde uns hier einen interessanten Erkenntnisgewinn versprechen.

Medien machen, was sie machen, weil sie sind, wie sie sind.

VII.

Als technische Artefakte sind Medien eingebunden in historische Kontexte; die Entwicklung von Medien ist Teil der allgemeinen Technikgeschichte. Die konkrete Antwort auf die Frage: „Was ist ein Medium?“ fällt entsprechend zu unterschiedlichen Zeiten möglicherweise gänzlich verschieden aus.

Unsere Zeit ist die Zeit des Digitalen. Und es ist mittlerweile unübersehbar geworden, dass die Entwicklungen im Bereich der digi-

28 Siegfried J. Schmidt, „Furien des Verschwindens: Medien und/oder Wirklichkeit?“, in: Günter Kruck und Veronika Schlör (Hg.), *Medienphilosophie. Medienethik*, Frankfurt a.M. 2003, S. 63–77; hier: S. 65.

talen Techniken tatsächlich als eine „Zäsur in der Entwicklung der Medien selbst“²⁹ reflektiert werden müssen. Diese Zäsur hat ihren technischen Grund in der Tatsache, dass mit dem digitalen Computer erstmals ein Medium zur Verfügung steht, das alle anderen Medien emulieren und ihre Funktionen übernehmen kann. Die historische Konsequenz dieser Zäsur wiederum, deren theoretische Implikationen mittlerweile vielfältig dokumentiert sind³⁰, hat wohl niemand radikaler gefasst als Friedrich Kittler, der davon ausgeht, dass mit der vermeintlich anstehenden Perfektion des digitalen Universalmediums „die Geschichte der Kommunikationstechniken buchstäblich abgeschlossen [wird]“³¹. Diese These ist natürlich bewusst grundhegelianisch in Geist und Gestus. Kittler zieht aus ihren Gründen Konsequenzen, die unsere Fragestellung als solche in Frage stellen: „In der allgemeinen Digitalisierung“, so schreibt er zu einer Zeit, als die Meisten nicht einmal ahnten, was der Begriff ‚Digitalisierung‘ meint, „verschwinden die Unterschiede zwischen den einzelnen Medien. Nur noch als Oberflächeneffekt, wie er unter dem schönen Namen Interface bei Konsumenten ankommt, gibt es Ton und Bild, Stimme und Text. Blendwerk werden die Sinne und der Sinn. [...] Mit Zahlen ist nichts unmöglich. [...] Ein totaler Medienverbund auf Digitalbasis wird den Begriff Medium selber kasieren.“³² – Aber: Ist das so? (Und ich meine nicht einfach: bereits geschehen. Sondern: plausibel? Begrifflich notwendig?) Verschwin-

29 So Georg Christoph Tholen in seinem Überblicksartikel „Medium/Medien“ in: Alexander Roesler, Bernd Stiegler (Hrsg.), *Grundbegriffe der Medien-theorie*, Paderborn: Fink 2005, S. 150–172, hier: S. 153.

30 Siehe hierzu beispielsweise: Norbert Bolz, Friedrich Kittler, Georg Christoph Tholen (Hrsg.), *Computer als Medium*, München: Fink 1994; Wolfgang Coy, Martin Warnke, Georg Christoph Tholen (Hrsg.), *Hyperkult. Geschichte, Theorie und Kontext digitaler Medien*, Frankfurt a.M. und Basel: Stroemfeld 1997 sowie dieselben (Hrsg.), *Hyperkult II. Zur Ortsbestimmung analoger und digitaler Medien*, Bielefeld: transcript 2005; Winfried Nöth und Karin Wenz (Hrsg.), *Intervalle 2. Schriften zur Kulturforschung: Medientheorie und die digitalen Medien*, Kassel: Kassel University Press 1998; Sybille Krämer (Hrsg.), *Medien, Computer, Realität. Wirklichkeitsvorstellungen und Neue Medien*, Frankfurt a.M.: Suhrkamp 1998.

31 Friedrich A. Kittler, „Geschichte der Kommunikationsmedien“, in: Jörg Huber und Alois Müller (Hrsg.), *Raum und Verfahren – Interventionen II*, Basel: Stroemfeld/Roter Stern 1993, S. 169–188, hier: S. 188. (Kittlers Argument für den historischen Abschluss ist die freilich bestreitbare These: „Der Tag ist nicht mehr fern, an dem die Signalverarbeitung an die Grenzen physikalischer Machbarkeit stößt“, ebd. – eine These, welche bestreitbar ist deswegen, weil sie unbekannt zukünftige Entwicklungen der Informationstechnik am Stand der gegenwärtig bekannten technischen Grenzen misst.)

32 Friedrich Kittler, *Grammophon, Film, Typewriter*, Berlin: Brinkmann & Bose 1986, S. 7f.

det der Begriff „Medium“, weil uns eine Technik verfügbar ist, welche jedes mögliche Medium realisieren kann? Und die Antwort auf diese Frage lautet: Nein. Keineswegs hat die digitale Technik mit ihrer Fähigkeit, jede Form von Medialität emulieren zu können, schon die abschließende Antwort auf die Frage nach dem Medium gegeben. Sie hat dieser Antwort allerdings eine neue Form vorgegeben.

VIII.

Alles spricht derzeit dafür, dass Kittlers Prognose sich erfüllt, und der Prozess der Digitalisierung ebenso unaufhaltsam und irreversibel auf den Zeitpunkt zusteuert, an dem es keine Techniken, und damit auch keine Medien mehr geben wird, die nicht digital wären. Weil wir es im Umgang mit digitalen Medien mit einer technischen Basis zu tun haben, die potentiell unendliche Eigenschaften annehmen kann, lässt sich aus der jeweiligen konkreten Erscheinungsform und Verwendungsweise dann tatsächlich keine für alle Erscheinungen und jede Verwendungen gültige allgemeine begriffliche Bestimmung folgern. „Die *gestaltwechselnde* Offenheit der Digitalität“, so Tholen hierzu, „supplementiert jedwede ‚ontologische‘ Identität des Computers als Rechner, d.h., sie schiebt sie auf.“³³ Und das bedeutet zunächst: Die Medialität des Digitalen lässt eine im ontologischen Sinne *eindeutige* und *eigentliche* begriffliche Bestimmung digitaler Medien nicht zu. Aus diesem Befund ergibt sich für Tholen eine weiterreichende Konsequenz: „Das digitale Medium *ek-sistiert* nur in seiner vielgestaltigen Metaphorizität.“³⁴ Die theoretische Reflexion von Medialität wird zu einem Prozess, in dessen Verlauf sich das Medium selbst jeder konkreten Beschreibung seines Sinns im fortwährenden Aufschub seiner Bedeutung *immer wieder* entziehe. Diese Konsequenz ist allerdings keineswegs zwingend. Die einzige Schlussfolgerung, die sich an dieser Stelle notwendig ergibt, lautet, dass die Frage nach dem *eigentlichen* Sinn digitaler Medien – d.h., die Frage nach dem Sinn *des* Computers oder *des* Internets (oder irgendeines anderen digitalen Mediums) – schlicht sinnlos ist: Es gibt *den* Computer nicht, und es gibt nicht: *das* Netz. Was natürlich nicht heißt, dass es keine Computer oder kein Internet gäbe – und sich auf die Frage nach Sinn und Bedeutung von digitalen Medien keine sinnvolle Antwort geben lässt; es

33 Christoph Tholen, „Metaphorologie der Medien“, A.a.O., S. 52 (Hervorhebung im Original).

34 A.a.O., S. 54 (Hervorhebungen im Original).

bedeutet nur, dass die Frage nach dem eigentlichen Sinn die Möglichkeit einer sinnvollen Antwort verstellt.

IX.

Gehen wir noch einmal einen Schritt zurück: Medien sind technische Artefakte zur Kommunikation, Speicherung oder Distribution von Informationen. Medien machen erst möglich, was wir mit ihnen machen: „Ohne Medium gibt es keine Bedeutung“³⁵ – denn: „alles, was Menschen beim Wahrnehmen, Kommunizieren und Erkennen gegeben ist, ist in Medien gegeben“³⁶. Um zu verstehen, was ein Medium ist, muss man sich anschauen, wie es funktioniert – und so lange der Operationsmodus von Medien sich über technische Differenzen beschreiben lässt, ist es nicht nur sinnvoll sondern unerlässlich, zur Erläuterung der Funktionsweise auf die Technik zu reflektieren. Digital gewordene Medien allerdings operieren auf ihrer grundlegenden Ebene nicht länger technisch divergent; digitale Medien sind vielmehr Medien, deren spezifische Differenz sich alleine in ihrer konkreten Verwendung einstellt. Allgemeiner formuliert: Ein Medium ist etwas, das sich erst im Gebrauch als Medium konstituiert. – Doch geht diese pragmatische Definition nicht zu weit; und nach hinten vor die Einsicht in die transzendentalen Konstitutionsleitungen der Medien zurück? Keineswegs. Denn die Feststellung, dass uns nichts *ohne* Medien gegeben ist, bedeutet ja keineswegs, dass uns nichts *anderes als* Medien gegeben sei.

So richtig es ist, darauf hinzuweisen, dass uns die Welt im Wahrnehmen, Kommunizieren oder Erkennen nur medial vermittelt zugänglich ist, so wichtig ist es in diesem Kontext daran zu erinnern, dass Medien selber nicht wahrnehmen, kommunizieren oder erkennen können. Medien sind eine notwendige, aber keine hinreichende Bedingung bedeutungshaften Weltbezugs; und sie sind zudem nie die Akteure der Welterschließung – so sehr sie ihren Sinn

35 Alexander Roesler, „Medienphilosophie und Zeichentheorie“, a.a.O., S. 48.

36 Sybille Krämer, „Erfüllen Medien eine Konstitutionsleistung? Thesen über die Rolle medientheoretischer Erwägungen beim Philosophieren“, in: S. Münker, A. Roesler und M. Sandbothe, *Medienphilosophie. Beiträge zur Klärung eines Begriffs*, A.a.O., S. 78–90, hier S. 83. – Natürlich lässt sich hier auch an die soziologische Variante dieser These bei Niklas Luhmann erinnern, der seine Untersuchungen massenmedialen Funktionsweisen bekanntlich mit dem Satz beginnen lässt: „Was wir über unsere Gesellschaft, ja über die Welt, in der wir leben, wissen, wissen wir durch die Massenmedien.“ (N. Luhmann, *Die Realität der Massenmedien*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1996, S. 9.)

auch prägen. So wie nichts ohne Medien ist, sind Medien nichts ohne ihren Gebrauch. Die welterschließende und bedeutungskonstitutive Funktion der Medien ist deswegen immer schon gebunden an kulturelle Praktiken des Mediennutzung. Das bedeutet natürlich keineswegs, dass philosophische Untersuchungen medialer Probleme und Fragestellungen *nur* im Sinne einer pragmatischen Theorie des Mediengebrauchs sinnvoll wären³⁷ (wodurch die Medienphilosophie am Ende zu einer Variante der empirischen Mediennutzungsforschung würde); es bedeutet aber, dass wir ohne den Blick auf die komplexen lebensweltlichen Handlungsweisen, welche die kulturellen Praktiken der unterschiedlichen Mediennutzungen auszeichnen, ein nur unzureichendes Verständnis auch der theoretischen Probleme gewinnen können, mit denen eine Philosophie der Medien es zu tun haben kann.

Zum Beispiel bei der Frage, was denn nun eigentlich ein Medium sei.

X.

Über die Frage, *ob* etwas ein Medium ist, entscheidet sein Gebrauch *als* Medium. Medien sinnvoll zu gebrauchen allerdings hilft nicht unbedingt dabei, sie auch richtig zu verstehen. Medien richtig verstehen zu können nämlich heißt (s.o.) immer auch mehr und anderes als nur Medien verstehen zu müssen. Medien haben einen begrifflichen Eigensinn, ein irritierendes, möglicherweise tatsächlich theoretisch nie gänzlich einholbares Potential, das im Gebrauch sich erst richtig entfaltet. Dieses Potential wird angesichts der Tatsache, dass die digitale Zäsur die Reflexion der technischen Basis von Medien zwar nicht überflüssig, aber doch auf eine gewisse Weise trivial werden lässt, keineswegs kleiner. Im Gegenteil! Gerade weil wir es im Zeitalter der Digitalisierung mit Medien zu tun haben, deren Medialität sich erst und nur *in situ*, im Moment ihrer Verwendung als solche konstituiert, sind die konkreten medialen Erscheinungsformen phänomenologisch mannigfaltiger und konzeptuell disparater geworden als je zuvor.

Die Digitalisierung verursacht eine Veränderung, die (technische) Unterschiede prinzipiell nivelliert, und damit (mediale) Unterschiede erst evoziert.

37 Für eine ausführlichere Darstellung dieses Arguments im Besonderen und eines sinnvollen Ansatzes pragmatischer Medienphilosophie im Allgemeinen vgl. unten das Kapitel „Wittgenstein als Medienphilosoph“, S. 55ff.

XI.

Nehmen wir als Beispiel das Massenmedium par excellence, das Fernsehen: Das Fernsehen war bis zu seiner Digitalisierung ein medientechnisch ziemlich präzise beschreibbares Phänomen, das sich zudem durch spezifische, technisch identifizierbare Charaktereigenschaften als Massenmedien identifizieren und zugleich von anderen Massenmedien abgrenzen ließ. Wie alle Massenmedien ist das Fernsehen traditionellerweise dadurch definiert, dass es seinen Inhalt (das Programm) von einer zentralen Stelle (dem Sender) an eine nicht näher eingegrenzte Menge von Rezipienten (den Zuschauern) ausstrahlt. Das machen auch Zeitungen, Zeitschriften oder das Radio auf ihre spezifische Weise (indem sie z.B. Texte von Verlagen an Leser verbreiten). Anders als Printmedien kann man Fernsehen meist nicht lesen; anders als das Radio kann man Fernsehen auch sehen – und die Unterschiede kann man natürlich sehr differenziert ausführen, bis man am Ende eine spezifische Definition der Medialität der Television hätte.

Bis zum Zeitpunkt ihrer Digitalisierung.

Mit dem Eintritt in die digitale Ära ändert sich das Fernsehen grundlegend: Fernsehmacher produzieren mittlerweile nicht nur Bewegtbilder, sondern auch jede andere Form von audiovisuellem Output bis hin zu bild- und tonfreien Texten; Zuschauer können Angebote von TV-Sendern sehen, hören, lesen – und das ist noch lange nicht alles; der klassische Film als genuines televisuelles Produkt wird längst im Netz ergänzt durch komplementäre Flash- und Java-Animationen, durch Online-Foren und -Spiele. Und die Liste der medialen Ergänzungen hier ist potentiell endlos, denn natürlich ist das Fernsehen als Medium von zeitgleicher oder -versetzter Wiedergabe von vertonten und bunten Bewegtbildern im Zuge seiner Digitalisierung prinzipiell zu einem Hybridmedium geworden, dass aber eben in jeder singulären Erscheinungsweise, jedem einzelnen Format dem Nutzer eine je spezifische Form von Medialität anbietet³⁸. Kurz: Es gibt keine andere spezifische Differenz zur Bestimmung der Medialität des Mediums Fernsehens in Abgrenzung von verwandten Massenmedien wie der Zeitung oder dem Hörfunk mehr als die als Fernsehnutzung sich definierende Verwendungsweise der Angebote von Fernsehsendern ...

38 Vgl. hierzu auch unten das Kapitel „Es gibt das Fernsehen nicht. Meditation über ein verschwindendes Medium“, S.187ff.

XIII.

Sinn und Bedeutung sind uns nur medial gegeben – vermittelt über technische Artefakte, deren medialer Eigensinn unserer Kontrolle entzogen bleibt. Das heißt auch: Ohne, dass wir Medien verwenden, die wir nie ganz verstehen werden, könnten wir am Ende nicht einmal uns selbst verstehen. Allerdings gilt zugleich: Ohne uns und die Art und Weise, wie wir Medien verwenden, macht die Rede vom Sinn keinen Sinn.

Auch nicht die vom Begriff ‚Medium‘.

