

# Suhrkamp Verlag

## Leseprobe



Krämer, Sybille  
**Medium, Bote, Übertragung**

Kleine Metaphysik der Medialität

© Suhrkamp Verlag  
978-3-518-58492-7

*SV*



Sybille Krämer

**Medium, Bote, Übertragung**  
Kleine Metaphysik der Medialität

Suhrkamp

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek  
Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation  
in der Deutschen Nationalbibliografie;  
detaillierte bibliografische Daten sind im Internet  
über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

Erste Auflage 2008

© der deutschen Ausgabe Suhrkamp Verlag Frankfurt am Main 2008

Alle Rechte vorbehalten,

insbesondere das der Übersetzung, des öffentlichen Vortrags  
sowie der Übertragung durch Rundfunk und Fernsehen,  
auch einzelner Teile.

Kein Teil des Werkes darf in irgendeiner Form  
(durch Fotografie, Mikrofilm oder andere Verfahren)  
ohne schriftliche Genehmigung des Verlages  
reproduziert oder unter Verwendung elektronischer Systeme  
verarbeitet, vervielfältigt oder verbreitet werden.

Satz und Druck: Memminger MedienCentrum AG

Printed in Germany

Erste Auflage 2008

ISBN 978-3-518-58492-7

I 2 3 4 5 6 – 13 12 11 10 09 08

---

# Inhalt

Vorwort .....	7
<b>I. PROLOG</b>	
1. Übertragung und/oder Verständigung? Über das ›postalische‹ und das ›erotische‹ Prinzip von Kommunikation .....	9
<b>II. METHODISCHE ERWÄGUNGEN</b>	
2. Ist eine Metaphysik der Medialität möglich? ..	20
<b>III. HINFÜHRUNGEN</b>	
3. Walter Benjamin .....	41
4. Jean Luc Nancy .....	54
5. Michel Serres .....	66
6. Régis Debray .....	80
7. John Durham Peters .....	89
<b>IV. DAS BOTENMODELL</b>	
8. Wo stehen wir? Ein erstes Resümee .....	103
9. Der Bote als Topos .....	108
<b>V. ÜBERTRAGUNGSVERHÄLTNISSE</b>	
10. Engel: Kommunikation durch Hybridisierung	122
11. Viren: Ansteckung durch Umschrift .....	138
12. Geld: die Übertragung von Eigentum durch Entsubstanzialisierung .....	159
13. Übersetzung: Sprachübertragung als Komplementierung .....	176
14. Psychoanalyse: Heilung durch affektive Resonanz .....	192
15. Zeugenschaft: Zeugnisgeben durch Glaubwürdigkeit .....	223

---

<b>VI. WAS ALSO BEDEUTET ›ÜBERTRAGEN‹?</b>	
16. Wahrnehmbarmachen . . . . .	261
17. Spurenlesen . . . . .	276
<b>VII. ERPROBUNG</b>	
18. Karten, Kartieren, Kartografie . . . . .	298
<b>VIII. EPILOG</b>	
19. Weltbilddimensionen, Ambivalenzen, Anschlussmöglichkeiten . . . . .	338
Literatur . . . . .	355

## Vorwort

Akademischer Betrieb und durchgängige Konzentration auf einen Stoff vertragen sich nicht immer. So verdankt sich die Entstehung dieser Studie auch der Forschungszeit, die das Wissenschaftskolleg mir als Permanent Fellow eröffnet und die Deutsche Forschungsgemeinschaft mir als Forschungsfreisemester finanzierte.

Reinhart Meyer-Kalkus und Simone Mahrenholz regten mich in vielfältigen Diskussionen an, Steffen K. Herrmann übernahm zuverlässig die Bearbeitung der Endfassung. Durch das Lektorat von Andreas Gelhard fühlte ich mich bestens und impulsgebend betreut.

Die Stille ›Verlorenwassers‹ im Hohen Fläming hat an dieser Arbeit mitgeschrieben.

Sybille Krämer

Februar 2008





## I. PROLOG

### I. Übertragung und/oder Verständigung? Über das ›postalische‹ und das ›erotische‹ Prinzip von Kommunikation

#### 1. Zwei Vorentscheidungen und ein Problem

Wie kann über die Bedeutung von Medien so nachgedacht werden, dass wir darin zugleich ein Bild gewinnen von unserem Verhältnis zur Welt und zu uns selbst? Wie kann ein Begriff von Medium entfaltet werden, in den sich unsere Erfahrungen mit dem Gebrauch von Medien ›einschreiben‹? Wie kann, was Medien ›sind‹, so bestimmt werden, dass sich darin sowohl die überkommenen Medien (z. B. Stimme, Schrift) wie auch die neuartigen Medien (z. B. Computer, Internet) erfassen lassen? Wie kann ein Medienkonzept entworfen werden, das nicht nur eine Reformulierung traditioneller philosophischer Fragen erlaubt, sondern für das Selbstverständnis der Philosophie neue Impulse birgt? Nehmen wir einmal an, es ließe sich tatsächlich *ein* Medienkonzept als Antwort auf so verschiedenartige Fragen ›auffinden‹, müsste dieses dann nicht im schlechten Sinne abstrakt und allgemein bleiben, fiele so dürr und dürftig aus, dass es nichtsagend bliebe, also *keine* Antwort (mehr) gäbe?

Wie zumeist: Es kommt auf den Versuch an.<sup>1</sup> Und wir wollen die Katze gleich aus dem Sack lassen: Dieser Versuch wird darin bestehen, die Frage ›Was ist ein Medium?‹ im Horizont der Idee

1 Versuche können scheitern; allerdings kann dieses Scheitern instruktiv sein. In diesem Sinne hoffen wir, mit unseren Überlegungen einen Horizont zu eröffnen, der auf die hier gestellten Fragen Antworten zu entwickeln erlaubt, die selbst dann, wenn sie von allzu begrenzter Reichweite sind oder als ungenügend erkannt werden, aufklärend und impulsgebend sein können.

vom *Botengang* zu erörtern. Der Bote gibt für uns eine ›Urszene‹ ab, wir können auch sagen: Er steht unseren Reflexionen über Medien Pate, und der Anspruch ist, dass in der Perspektive dieser Patenschaft – gemessen am gegenwärtigen Stand der Debatte über Medien – ein neues Licht auf Phänomen und Begriff der Medien fällt.

Aber ist dies nicht ein merkwürdiger, geradezu befremdlicher Einsatz? Der Bote scheint Relikt einer Epoche zu sein, in der es noch keine technische Unterstützung der Fernkommunikation gab, und er wird obsolet mit der Entwicklung der Post, spätestens aber mit der Erfindung von Funk, Telegrafie und Telefon – vom Computer ganz zu schweigen. Wie sollte die archaische Institution des Boten einer modernen Medientheorie auf die Sprünge helfen, deren Anspruch es doch sein muss, die avancierten Medien in ihren Reflexionen und Erklärungen einzubeziehen? Dieser irritierende Eindruck, den die Ankündigung einer Bezugnahme auf den Boten hervorruft, wird noch verstärkt, wenn wir zwei damit verbundene Vorentscheidungen explizieren und ein sich aufdrängendes Problem benennen:

(i) Erste Vorentscheidung: ›Es gibt immer ein Außerhalb von Medien.‹ Boten sind *heteronom*, also *fremdbestimmt*. Die Botenperspektive versteht sich daher als eine kritische Herausforderung sowohl gegenüber Versuchen, Medien autonom zu machen und sie zu souveränen Agenten und solitären Springquellen kulturhistorischer Dynamiken zu stilisieren, wie auch gegenüber Theorien, in denen Medien zu einem letztbegründenden Apriori im Sinne eines ›medial turn‹ avancieren.

(ii) Zweite Vorentscheidung: ›Ein Gutteil unserer Kommunikation ist nicht dialogisch.‹ Boten sind vonnöten, wo eine unmittelbare Interaktion zwischen den Kommunizierenden gerade nicht gegeben ist, wo eine Kommunikation *der Reziprozität entbehrt*, sich gerade nicht als Wechselrede realisiert. Der Botengang ist – zuerst einmal – eine unidirektionale, asymmetrische Gegebenheit. In der Botenperspektive über Medien zu reflektie-

ren heißt dann zugleich, die fundamental dialogische Orientierung des philosophischen Kommunikationskonzeptes in Frage zu stellen.

(iii) Das Problem: ›Kann Übertragung kreativ sein?‹ Boten übertragen das, was ihnen aufgegeben ist. Sie haben ihre Botschaft möglichst unbeschadet durch raum-zeitliche Differenzen weiterzureichen, keineswegs aber zu verändern. Wie also ist der *schöpferische Impuls*, den wir mit Kommunikation gewöhnlich verbinden, im Horizont des Übertragungsphänomens überhaupt zu erfassen? Gerade die computergestützten Medien führen uns doch vor Augen, dass es weniger um Datenübertragung als um Daten*verarbeitung* geht: nicht um die Konservierung einer Ordnung, sondern um deren Transformation. Die Rehabilitation des Übertragens wird also nur dann überzeugen, wenn damit zugleich seine innovative Dimension, also die Kreativität der Mediation rekonstruierbar ist.

Es ist also keine geringe Erklärungs- und Begründungslast, die mit der Entfaltung einer medientheoretischen Botenperspektive verbunden ist. Auf jeden Fall erfordert diese Perspektive, philosophisch vertraute Annahmen ins Unvertraute zu rücken, Selbstverständliches noch einmal problematisch werden zu lassen. Die Medien philosophisch zu reflektieren heißt also nicht, dies als mehr oder weniger bruchlose Fortsetzung tradierter Figuren philosophischer Reflexion zu vollziehen. Wie es zu verstehen ist, dass unser Nachdenken über Medien die Bereitschaft voraussetzt, einen so selbstverständlichen wie auch vertrauten Sachverhalt in ein eher befremdliches Licht zu rücken, sei nun am *Beispiel* von ›Kommunikation‹ einleitend skizziert.

## 2. *Das postalische und das erotische Kommunikationskonzept*

Kaum einem anderen Wort widerfuhr eine ähnlich rhizomartige Verbreitung in unserer Alltagssprache und in unseren Fachvokabularen wie dem Wort ›Kommunikation‹. In dem Bild, das wir im ausgehenden 20. Jahrhundert von uns selbst entworfen haben, fungiert die Kommunikation gleich einem zentralperspektivischen Fluchtpunkt: Nahezu alles, was unser zivilisatorisches Selbstverständnis berührt, lässt sich mit Hilfe dieses Wortes – irgendwie – strukturieren und beschreiben. Da ist das ›kommunikative Handeln‹, welches die zweckgerichteten Nützlichkeitsabwägungen des instrumentellen Handelns um das Ethos eines verständigungsorientierten Tuns ergänzt; da ist die – manchmal sogar als ein Apriori entworfene – Auszeichnung der Sprache als Medium der Kommunikation, welche die Konstitution von Wahrnehmung, Erfahrung und Erkenntnis auf die Strukturen der Sprachlichkeit zurückführt; da ist die Etikettierung eines Problems als ›Kommunikationsproblem‹, kraft deren Schwierigkeiten in der Sache neutralisiert und hemdsärmelig mit einem Machbarkeitsversprechen verbunden werden; da ist die ›Mensch-Maschine-Kommunikation‹, die signalisiert, dass Reichweite und Grenzen von Informationstechnologien ein Schlüsselphänomen gegenwärtiger Zivilisationen ausmachen, und die überdies daran erinnert, dass Kommunikation nicht auf den zwischenmenschlichen Bereich begrenzt ist; da ist die Vision einer Globalisierung, die Kommunikation als weltumspannendes Netzwerk entwirft; und schließlich dürfen wir nicht die lakonische Feststellung vergessen, dass wir nicht nicht kommunizieren können.

Diese Aufzählung ließe sich unschwer fortsetzen. Es wundert nicht, dass sich angesichts der Allgegenwart des Wortes ›Kommunikation‹ und der Bandbreite seines Gebrauches begriffskritische Stimmen mehren. So erklärt Botho Strauß ›kommunizieren‹ kur-

zerhand zum »Unwort des Zeitalters« und charakterisiert es als »Müllschluckerwort«. <sup>2</sup> Etwas sachlicher in der Diagnose bleibt Uwe Pörksen, für den ›Kommunikation‹ ein »Amöbenwort« (oder auch »Plastikwort«) ist: Es verbirgt seinen metaphorischen Charakter, dringt nach einem Durchgang durch die mathematisierten Wissenschaften in den Alltag ein und wird dann so unhistorisch wie unscharf angewendet als Minimalcode der Industriegesellschaften: ›Kommunikation‹ kommt wie ein ›Legostein‹ zum Einsatz, der beliebig kombinierbar ist und unsere Lebensräume mit seinem Wortnetz nahezu flächendeckend überzieht. <sup>3</sup>

Allerdings verdeckt die von Pörksen dem Wort ›Kommunikation‹ attribuierte Unschärfe eine deutlich akzentuierte Spannung und auch Spaltung, die für die zeitgenössische Verwendung von ›Kommunikation‹ charakteristisch ist. Im Diskurs der Gegenwart führt das Wort ein begriffliches Doppelleben; es tritt auf in zwei profilierten, jedoch gegenläufig zueinander stehenden Zusammenhängen, die wir hier das ›technische Übertragungsmodell‹ und das ›personale Verständigungsmodell‹ der Kommunikation nennen wollen.

Paradigmatisch ist das *technische Übertragungsmodell* in der von Shannon und Weaver entwickelten Kommunikationstheorie ausgearbeitet, deren Gegenstand die Technisierung von Informationsflüssen, von Nachrichtenübertragung und Datenverarbeitung ist. <sup>4</sup> Das informationstechnische Ausgangsproblem besteht dabei in der räumlich/zeitlichen Entfernung zwischen Sender und Empfänger. Beide gelten als Instanzen, die menschlicher oder sächlicher Natur sein können und die Anfangs- und Endpunkte einer *linearen* Kette bilden, in der es unverzichtbare Zwischenglieder gibt, sei es in Gestalt des Mediums (Kanal), sei es in Form einer von außen kommenden ›Störgröße‹. Was ent-

2 Strauß 2004, S. 41.

3 Vgl. Pörksen 1988.

4 Shannon/Weaver 1963.

lang dieser Kette geschieht, ist die Weiterleitung von Signalen bzw. Daten, also die Übertragung von uninterpretierten Entitäten. Datenübertragung ist ein physikalisch spezifizierbarer, mathematisch operationalisierbarer Vorgang. Gelungen ist die Übertragung, wenn »etwas« – *materialiter* – von der einen Seite (Sender) zur anderen Seite (Empfänger) gelangt; immaterielle Signale gibt es nicht. Das Grundproblem der Kommunikation besteht also darin, Signalstrukturen gegen die Erosion dieser Ordnung durch externe Störungen stabil zu halten. Die technische Verbindung ist dann erfolgreich, wenn es gelingt, in dem Übertragungs-geschehen vom Sender zum Empfänger den »störenden Dritten« fernzuhalten.

Ganz anders hingegen der Ansatz des *personalen Verständigungsmodells*, dessen paradigmatische Gestaltung Jürgen Habermas' Kommunikationstheorie verkörpert.<sup>5</sup> Kommunikation gilt hier als eine Interaktion zwischen Personen, die an wechselseitiges Verstehen mit Hilfe bedeutungs- und sinnhaltiger Zeichen – vor allem sprachlicher Art – gebunden ist. Kommunikation wird zur Auszeichnung des menschlichen In-der-Welt-Seins. Das Ausgangsproblem besteht in der Heterogenität der Personen, in der Frage also, wie Intersubjektivität unter den Bedingungen von Individualität überhaupt möglich ist. Kommunikation ist dann jener Basisvorgang, welcher koordiniertes Handeln eröffnet und Gemeinschaft stiftet. Sie wird als ein *reziproker* Prozess sozialer Interaktion konzipiert. Die Antwort auf das Problem, wie Intersubjektivität möglich ist, gibt der Dialog, der zur Urszene von Kommunikation avanciert und deren Norm stiftet; das Ziel von Dialogen ist Verständigung. Anders als im Falle des technischen Übertragungsmodells kann die Leistung von Kommunikation nicht darin bestehen, lediglich eine Verbindung in der Distanz herzustellen; vielmehr ist eine Vereinigung und eine Übereinstimmung zu bewirken, deren Ziel es ist,

<sup>5</sup> Habermas 1981.

Distanz und Differenz zu überwinden. Wo immer dialogische Kommunikation gelingt, sind diejenigen, die miteinander kommunizieren in einer gewissen Hinsicht miteinander ›eins‹ geworden; sofern das Verständigungsziel erreicht ist, teilen sie etwas miteinander, sprechen sie wie mit einer Stimme.

Während die Kommunikation-als-Verständigung als ein symmetrischer und reziproker Vorgang aufzufassen ist, verläuft die Kommunikation-als-Übertragung asymmetrisch und unidirektional. Die Übertragung ist gerade keine Wechselrede: Aussendung, also Dissemination, und nicht Dialog ist das Ziel technischer Kommunikation.<sup>6</sup> Wir können somit vom *personalen Prinzip* der Verständigung das *postalische Prinzip*<sup>7</sup> der Übertragung deutlich unterscheiden.

Das postalische Prinzip entwirft Kommunikation als das Herstellen von *Verbindungen* zwischen räumlich entfernten körperlichen Instanzen. Das dialogische Prinzip hingegen modelliert Kommunikation als ein Zusammenfallen und eine *Vereinheitlichung* vormals divergierender Zustände von Individuen. Wir können daher auch sagen: Die personale Perspektive mit ihrem Telos, voneinander Geschiedenes zusammenfallen zu lassen, birgt eine latent erotische Dimension.<sup>8</sup> In ironischer Zuspitzung können wir auch von einem ›postalischen‹ und einem ›erotischen‹ Konzept der Kommunikation sprechen.

6 Diese Überlegungen sind inspiriert von John Durham Peters Unterscheidung zwischen ›Dialog‹ und ›Dissemination‹ (1999, S. 33 ff.).

7 Der Begriff ›postalisches Prinzip‹ findet sich – an Derrida anknüpfend – erstmals bei Chang 1996, S. 47: »[...] the dialectic of mediation [...] is itself governed by another more general principle [...] the *postal principle*.« Für Derrida 1982, S. 82 wird die ›Post‹ zu einer Art absoluter Metapher, zur Inkarnation der Übertragung, des meta-pherein und damit zum strukturellen Prinzip der Metaphorisierung selbst. Zur postalischen Adressierbarkeit als Subjektkonstitution vgl. auch Siegert 1993 sowie im Anschluss an Siegert: Winthrop-Young 2002.

8 Wir sind uns darüber im Klaren, dass wir ›erotisch‹ hier in einem sehr elementaren und reflexiv anspruchslosen Sinne gebrauchen!



Beide Konzepte gehen aus von einem Abstand, der auch als qualitativer Unterschied gegeben sein kann: Differenz bildet somit eine – wenn nicht *die* – universelle Voraussetzung von Kommunikation. Im Falle des postalischen Prinzips ist das die Differenz zwischen Sender und Empfänger, erzeugt durch eine raum-zeitliche Entfernung zwischen beiden; im Falle des erotischen Prinzips ist das der Unterschied zwischen Individuen mit ihren heterogenen, zuerst einmal unzugänglichen Innenwelten. Kommunikation ist dann jeweils die Antwort auf das Problem, wie eine Bezugnahme unter Bedingungen von Distanz möglich ist. Dabei zeichnen sich recht unterschiedliche Strategien im Umgang mit Distanz bzw. Differenz ab. Das technische Kommunikationskonzept überbrückt die Distanz, annulliert sie aber nicht; es stabilisiert und bestärkt das voneinander Entfernt-Sein gerade durch die und in der gelingenden Übertragung. Das personale Kommunikationskonzept zielt auf eine Überwindung und Aufhebung des Abstandes und der wechselseitigen Unzugänglichkeit, es setzt Differenz voraus, bestätigt und stabilisiert diese aber nicht, sondern tendiert zu deren Aufhebung in einem Identischen, welches von den Kommunizierenden tatsächlich geteilt und zu etwas ›Gemeinschaftlichem‹ wird.

Wenn wir uns nun fragen, welche Rolle Medien in diesen unterschiedlichen Ansätzen jeweils zukommt, so fällt deren Rolle ersichtlich verschiedenartig aus. Für das Übertragungsmodell sind Medien unverzichtbar; sie sind das, was zwischen Sender und Empfänger platziert ist und es überhaupt erst möglich macht, dass der Sender etwas ›aufgeben‹ kann, was dann beim Empfänger auch ankommt. Das Medium hebt den Abstand zwischen Sender und Empfänger nicht auf, führt auch zu keiner unmittelbaren ›Berührung‹ zwischen beiden, sondern schafft eine Verbindung trotz und in der Entfernung. Für das Verständigungsmodell wiederum sind Medien randständig, vernachlässigbare Vehikel, die – durchsichtigen Fensterscheiben gleich – einen ungestörten, unmittelbaren Zugriff auf etwas, das sie nicht

selber sind, zu gewährleisten haben. Da die dialogische Beziehung auf eine Aufhebung des Abstandes hinausläuft, auf eine Unmittelbarkeit der wechselseitigen Bezugnahme, die sich genau dann ereignet, wenn zwei Individuen in ihren Innenweltzuständen übereinstimmen und ›zusammenfallen‹, bleibt in der Vereinigung durch Verständigung kein Platz mehr für ein Mittleres, kein Zwischenraum mehr für ein Medium.

Genauso, wie für die Mittelbarkeit des postalischen Aspektes von Kommunikation Medien unverzichtbar sind, sind sie der Unmittelbarkeit des Dialogischen abträglich. Während die Übertragungsmedien darauf gerichtet sind, Störungen abzuwehren, bilden Medien in dialogischen Zusammenhängen eher selbst den ›Störfall‹. Daher kommt die Flüchtigkeit der Stimme dem ephemeren Status der Kommunikationsmedien so paradigmatisch entgegen; und umgekehrt: Je technischer, opaker, kompakter die Materialität des Mediums sich in Geltung setzt, umso deformierter erscheint die dann (noch) mögliche Kommunikation-verstanden-als-Dialog.

Wir haben in dieser Konfrontation eines ›technisch-postalischen‹ und eines ›personal-erotischen‹ Ansatzes von Kommunikation ein Bild gezeichnet, das *überzeichnet* ist. Und wenn wir Namen wie Shannon und Habermas chiffrengleich für Theorieansätze anführen, so fehlt dabei die reflexive Subtilität, die dem Ingenium und der Anschließbarkeit dieser Ansätze auch nur irgendwie gerecht würde. Das aber ist auch nicht der Sinn dieser Verortung im Rahmen eines Prologs. Denn unser pointierender Aufriss gegenläufiger Modellierungen und Deutungen von Kommunikation soll hier nur verdeutlichen, inwiefern eine Botenperspektive einzunehmen zugleich verlangt, die Selbstverständlichkeit vertrauter Überzeugungen und Einstellungen in Frage zu stellen. Denn es steht vom Standpunkt eines philosophisch gehaltvollen Kommunikationskonzeptes außer Frage, dass der Dialog und also die wechselseitige Verständigung – und nicht etwa die Übertragung und das einseitige Aussenden von

Signalen – das jeweils beschreibungswürdige und auch erklärungs-werte Phänomen ist. Das postalische Prinzip technischer Kommunikation scheint als theoretischer Rahmen für die Beschreibung und Erklärung menschlicher Kommunikation unangemessen – und zwar restlos. Zugespitzt ausgedrückt: Der Briefträger kann unmöglich für eine philosophisch anspruchsvolle Kommunikationstheorie eine erklärungs-würdige Figur abgeben.

Das Anliegen dieses Buches ist nun auch nicht die Nobilitierung des Briefträgers, wohl aber eine *Rehabilitierung des postalischen Prinzips* und damit der Übertragung. Im Gegensatz zu Theorien, die die Reziprozität des Dialogs als unverrückbaren Kern von Kommunikation, als primäres Strukturprinzip und emanzipatorische Norm ansehen, ist unsere Reflexion der Medialität inspiriert von der Einsicht, dass ein Gutteil der gemeinschaftsbildenden wie kulturstiftenden Formen des Kommunizierens gerade *nicht* den Vorgaben dialogischer Kommunikation folgt. Die ›erotische‹ Kommunikation im Sprechakt sich vereiniger Differentialität ist zwar *eine* Möglichkeit; sie als die ideale oder auch nur allgemeingültige Form von Kommunikation zu deuten bedeutet jedoch eine Form von Romantizismus.

### 3. Von der Kommunikation zur Wahrnehmung?

Und doch ist dies kein Buch über Kommunikation. Denn wir erörtern die Frage, ›was ein Medium ist‹, im Horizont von *Übertragungsvorgängen*. Indem wir die Figur des Boten als mediale Urszene einführen, scheinen zwar die Weichen für eine kommunikationszentrierte Betrachtung von Anbeginn gestellt; doch die in der Botenfigur kulminierende Unidirektionalität und Asymmetrie des Übertragungsvorganges kann auch die Frage aufwerfen, ob das, worum es einer medientheoretischen Betrachtung geht, gar nicht in Kategorien des Kommunizierens und Verständigens, sondern eher in solchen des ›Wahrnehmbar-machens‹

und ›Erscheinenlassens‹ zu thematisieren ist. Kann also der Kunstgriff der Botenperspektive (auch) darin liegen, die Reflexion der Medien von der Kommunikation auf die Wahrnehmung zu verschieben? So dass in diesem Lichte die Nichtdialogizität – wenn sie denn als Attribut von *Wahrnehmungsvorgängen* gefasst wird – einen Teil ihres Irritationspotenzials verliert? Die gewöhnliche Sicht, die wir hier ins Unvertraute rücken wollen, ist die kategorische und auch kategoriale Trennung zwischen ›Kommunizieren‹ und ›Wahrnehmen‹, der zufolge das Fundament der Sozialität in einer definitiv durch Kommunikation und nicht etwa durch Wahrnehmung gestifteten Gemeinschaftlichkeit liegt. Könnte der Witz unserer Medienreflexion also darin liegen, nicht einfach die philosophische Präokkupation durch das verständigungsorientierte, reziproke ›medienfreie‹ Kommunizieren problematisch werden zu lassen, sondern auch die darin eingeschlossene Marginalisierung des Wahrnehmens gegenüber dem Kommunizieren? Birgt also die ›Rehabilitierung des postalischen Prinzips‹ eine Rehabilitierung der kulturstiftenden und gemeinschaftsbildenden Funktion des Wahrnehmens und Wahrnehmbarmachens?

Fragen über Fragen also. Bevor wir aber beginnen, nach Antworten zu suchen, wollen wir unsere Methode offenlegen, die sich inspirieren lässt von einem ›metaphysischen Gestus‹. Das ist mehr als erklärungsbedürftig.

## II. METHODISCHE ERWÄGUNGEN

### 2. Ist eine Metaphysik der Medialität möglich?

Setzen wir ein mit einem Blick auf den Stand der zeitgenössischen Reflexion der Medien, beschränkt allerdings auf den kulturwissenschaftlichen und den philosophischen Diskurs.<sup>1</sup>

#### *1. Medienmarginalismus und Mediengenerativismus – Scylla und Charybdis der Medientheorie?*

Die in den 1960er Jahren sich artikulierende und bis heute auch prosperierende Debatte über Medien ist unübersichtlich, viestimmig und heterogen: Weder im Phänomenbereich noch im methodischen Zugang und erst recht nicht im Medienkonzept gibt es Übereinstimmung. Doch durch die Vielzahl heterogener Positionen hindurch ist gleichwohl – jedenfalls im kulturwissenschaftlichen Lager dieser Debatte – eine Stimmlage vernehmbar, die wir den ›guten Ton der Mediendebatte‹ nennen wollen. Zu diesem ›guten Ton‹ gehört es, über Medien in einer Einstellung zu reflektieren und zu forschen, die einer Maxime der Generativität verpflichtet ist. Diese Maxime hat Lorenz Engell mit aller wünschenswerten Deutlichkeit ausgedrückt: ›Medien sind grundsätzlich generativ‹.<sup>2</sup>

Es liegt nahe, wie das gemeint ist: Gegenüber einer marginalisierenden Sichtweise, für welche Medien die vernachlässigbaren Vehikel von Botschaften sind, die deren Gehalt nichts hinzufügen, wird eine Blickwendung vollzogen, die sich nicht den

1 Teile dieses Kapitels finden sich auch in: Krämer 2004a.

2 Vgl. Engell 2003, S. 54, der das generativistische Prinzip jedoch – angesichts der Historizität von Medien – nicht in einem transzendentalen Sinne (miss)verstanden wissen will.