

Was haben Engel, Viren und Medien miteinander gemein?

Marcus Burkhardt

Abstract:

Die Idee, dass Medien vom Botengang her gedacht werden müssen, steht im Zentrum von Sybille Krämers jüngster Monographie. Damit rückt die Autorin Medien in die Nähe von Engeln, Viren, Psychoanalytikern und Zeugen. Auf Grundlage einer exemplarischen Analyse dieser Phänomene entwickelt die Medienphilosophin ein Botenmodell, welches in medialen Übertragungsvorgängen einen durch Distanz, Heteronomie, Drittheit, Materialität und Indifferenz charakterisierten Prozess entdeckt. Ergänzt durch ein dem Botenmodell entgegenlaufendes Spurkonzept, dem leider nicht gleichermaßen Raum gegeben wird, zeigt die Autorin am Medium Karte die medienwissenschaftliche Anschlussfähigkeit ihres Entwurfs auf.

How to cite:

Burkhardt, Marcus: „Was haben Engel, Viren und Medien miteinander gemein? [Review on: Krämer, Sybille: *Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2008.]“. In: KULT_online 18 (2009).

DOI: <https://doi.org/10.22029/ko.2009.429>

© beim Autor und bei KULT_online

Was haben Engel, Viren und Medien miteinander gemein?

Marcus Burkhardt

Krämer, Sybille: *Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität*. Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2008. 379 Seiten, gebunden, 28 Euro. ISBN: 978-3-518-58492-7

Über Medien wird heute oft und viel geschrieben. Jedoch was Medien sind und wie sie zu untersuchen sind, ist noch immer weitgehend umstritten. Mit der jüngst erschienenen Monographie *Medium, Bote, Übertragung: Kleine Metaphysik der Medialität* legt die Berliner Medienphilosophin Sybille Krämer einen ambitionierten Beitrag zur Klärung der Frage nach dem Medienbegriff vor. Im Zentrum ihrer Analysen stehen dabei aber nicht etwa Sprache, Bild, Buch, Fernsehen oder Computer, sondern Engel, Virus, Übersetzung, Zeugenschaft und Psychoanalyse. Dies ist einigermaßen überraschend, denn, so fragt man sich zunächst, wie sollte das ohnehin kaum mehr zu überblickende Gewirr von Medienbegriffen durch eine Betrachtung von Engeln, Viren usw. sich lichten lassen. Selbst in der medientheoretischen Literatur, wo sogar Fußbälle (Flusser), Generalstreiks (Baudrillard) und Dromedare (Virilio) bereits als Medien bezeichnet wurden, finden sich kaum – um nicht zu sagen keine – Referenzen auf die von Krämer behandelten Gegenstände. Eine solche Feststellung vermag die Autorin nicht zu erschüttern, denn sie ist davon überzeugt, dass es durch die Auseinandersetzung mit den genannten Phänomenen möglich ist, Aspekte und Prinzipien aufzudecken, die für Medien ganz allgemein charakteristisch sind.

Der Frage, ob es sich bei den analysierten Phänomenen um Medien handelt oder nicht, geht Krämer jedoch geschickt aus dem Weg. Denn wenn sie sich besagten Phänomenen zuwendet, dann tut sie dies vor dem Hintergrund der Idee des Botengangs. Medien, so die Ausgangsthese der Autorin, übertragen und fungieren als Boten zwischen einem Sender und einem Empfänger. Demzufolge muss sich derjenige, der sich für die spezifischen Leistungen von Medien interessiert, zunächst mit der Figur des Boten auseinandersetzen: "Die Idee des Botengangs", so Krämer, "fungiert wie der 'Nullpunkt' in einem Koordinatensystem, in das verschiedene Modalitäten von Übertragungsvorgängen eingetragen werden" (S. 108). Hier kommen Geld, Psychoanalyse, Virus, Engel usw. ins Spiel, denn sie alle fungieren auf je eigene Weise als Boten, das heißt, sie dienen der Übertragung zwischen sonst getrennten Domänen und lassen sich so in das Tableau von Übertragungsvorgängen eintragen. In den exemplarischen Analysen der jeweiligen Übertragungsphänomene fördert die Autorin allgemeine Aspekte des Botengangs zutage, die für eine am Botenmodell orientierte Medienanalyse nutzbar gemacht werden können.

Zunächst weist Krämer allerdings auf die weit reichenden Konsequenzen hin, die mit einem am Botenmodell orientierten Medienkonzept einhergehen. Bisher, so die Autorin, gehe man

in Philosophie und Alltag zumeist von einem an Verständigung orientierten Kommunikationsbegriff aus. Die Dominanz dieses "'erotischen' Konzept[s] der Kommunikation" (S. 15) zieht sich durch die gesamte Geschichte des Abendlands, an dessen Anfangs- und Endpunkt in den Augen Krämers so prominente Denker stehen wie Platon und Jürgen Habermas. Alternativ zu diesem an Überwindung der Verständnisdifferenz zwischen Sender und Empfänger orientierten Konzept macht sich Krämer für ein am "postalische[n] Prinzip der Übertragung" (15) orientierten Kommunikationsbegriff stark. Wird die Post zum Modell der Kommunikation, dann ist nicht mehr Verständigung und damit Auflösung von Differenz das Ziel, sondern deren Überbrückung.

Einen weiteren Unterschied zwischen diesen Kommunikationskonzepten sieht die Autorin in der Rolle von Medien. Während in dem verständnisorientierten Kommunikationsmodell der scheinbar unvermittelte Dialog anderen medial vermittelten Kommunikationsformen gegenübergestellt wird, ist postalische Kommunikation immer schon auf Medien als einem Übermittler angewiesen. Als Impulsgeber und Gewährsmänner für ein Umdenken in Bezug auf Kommunikation und damit auch auf Medien führt Krämer Walter Benjamins Übersetzungstheorie, Jean Luc Nancys Ontologie der Sozialität, Michel Serres Übertragungstheorie, Régis Debrays Mediologie sowie John Durham Peters' Ideengeschichte der Kommunikation an, deren Positionen sie ausführlich rekonstruiert. Ob die Abwendung vom erotischen Kommunikationskonzept derart neu ist, wie Krämer uns glauben machen will, ist jedoch zweifelhaft, wie ein Blick auf all jene kommunikationstheoretischen Ansätze zeigt, die die konstruktivistische Erkenntnistheorie zum Ausgangspunkt nehmen, wie zum Beispiel Niklas Luhmann, Klaus Merten und Siegfried J. Schmidt.

Worin besteht nun die Leistung von Medien, wenn Kommunikation nicht primär der Verständigung dient? Hierüber klärt Krämer ihre Leser gleich mehrfach auf, was die durchgehende Lektüre des Buches manchmal etwas redundant wirken lässt, und ihre Antwort ist kurz wie überzeugend: Medien machen wahrnehmbar! Dabei verbergen sich die Medien hinter dem, was sie übermitteln, bleiben selbst unsichtbar und sind zudem gegenüber dem, was sie übertragen, indifferent. Mehr noch: Medien übertragen, wie Postboten oder Engel, nicht sich selbst, sondern die Nachrichten anderer. Sie sind fremdbestimmt oder, wie Krämer es sagt, heteronom und treten als ein Drittes zwischen Kommunikanten und die Welt. So ermöglichen sie die Überbrückung der Distanz, die das bewusste Subjekt von anderen Subjekten und der Welt entfernt hält. Freilich, und dies ist der letzte angeführte Aspekt der medialen Wahrnehmbarmachung, können Medien dies nur leisten, indem sie Immaterielles an eine gewisse Materialität koppeln. Mit diesem Entwurf stellt sich Krämer, wie in der jüngsten Vergangenheit auch andere Medienwissenschaftler, etwa Dieter Mersch und Hartmut Winkler, kritisch gegen all jene medientheoretischen Positionen, die propagieren, dass es kein Außen der Medien gibt, und widerspricht damit vehement jeglichem Medienapriorismus. Dass Winkler nicht nur ihre Einschätzung zur Entgrenzung des Medienbegriffs teilt, sondern ebenso auch einen Beitrag zur Rehabilitierung des Übertragungskonzepts für die Medientheorie vorgelegt hat, lässt Krämer dabei außen vor (vgl. exemplarisch Winkler, Hartmut: *Diskursökonomie. Versuch über die innere Ökonomie der Medien.* Frankfurt a.M.: Suhrkamp, 2004). Dies ist symptomatisch

für das gesamte Buch, denn Krämer unterlässt es weitgehend, ihre eigene Position in die aktuellen medientheoretischen Debatten einzuordnen und sich kritisch gegenüber diesen zu positionieren.

Ist mit dem Rekurs auf den Botengang schon alles Wichtige über Medien gesagt? Nein, denn überraschenderweise führt Krämer kurz vor Ende des Buches einen weiteren Aspekt des Medialen ein, der sich für ihre Medienkonzeption als ungemein wichtig erweist. Neben den Boten als transparenten und fremdbestimmten Überträger stellt die Autorin den Spurcharakter des Medialen. Eine Spur erzeuge, wie Krämer in Anlehnung an die Arbeiten von Emanuel Levinas herausstellt, eine Präsenzerfahrung, die der Absenzerfahrung des Boten zuwiderläuft. Medien treten also nicht vollständig hinter das, was sie vermitteln zurück, sondern sind zugleich auch opak und zeigen sich selbst.

Dass es eben diese Opazität oder Undurchlässigkeit des Medialen ist, die für konkrete Medienanalysen ungemein wichtig ist, beweist die das Buch abschließende "Erprobung" (S. 298 ff.) des Entwurfs am Beispiel des Mediums Karte. Boten- und Spurcharakter werden dabei mit einer praktischen und einer theoretischen Einstellung gegenüber der Karte identifiziert. Während im praktischen Gebrauch der Karte die Transparenz des Boten essenziell ist, steht in theoretischen Diskussionen die Opazität der Karte, d.h. ihr Spurcharakter, im Vordergrund. Beide Aspekte sind für die Analyse der Karte als Medium gleichermaßen wichtig.

Umso weniger überzeugend erscheint das Ungleichgewicht in der Darstellung des Botenmodells im Vergleich zu dem des Spurcharakters von Medien. Sieht man jedoch darüber hinweg, dann vermag Krämer mit der abschließenden Analyse von Karten aufzuzeigen, wie anschlussfähig ihr medienphilosophischer Entwurf ist. Denn hier macht die Autorin deutlich, dass sie mit ihrem Vorschlag, Medialität im Lichte von Übertragungsvorgängen zu beschreiben, nicht nur einen wichtigen Beitrag zur Schärfung des Medienbegriffs im Allgemeinen erbracht, sondern auch eine diskussionswürdige Möglichkeit aufgezeigt hat, die konkreten Leistungen einzelner Medien zu analysieren. Kurzum: Wer sich für die Frage nach den Medien interessiert, wird in Zukunft nicht um diese Monographie herumkommen.