

# MEDIEN: DIE GEISTER, DIE ICH RIEF ...

## MEDIEN: DIE GEISTER, DIE ICH RIEF ...

Wir sitzen um einen runden Tisch. Der Raum ist dunkel, kaum können wir im Dämmerlicht die Mienen unserer Tischgenossen lesen. Unsere Fingerspitzen berühren sich. Wir warten gespannt. Das Medium murmelt Unverständliches, in Trance verfallen. Wir hören ein Klopfen. Erst unmerklich, dann immer lauter werdend. Ein Morse-Code aus dem Jenseits. Der Tisch beginnt zu schweben. Wir spüren, wie er sich vom Boden erhebt ... Das ist unser Bild einer Séance. Wir tragen dieses Bild in unserem Kopf. Wahrscheinlich ist es irgendwie da hineingekommen. Genau wissen wir es nicht mehr. Wahrscheinlich haben es die Medien da hinein verpflanzt. Durch unzählige Film-szenen und Beschreibungen hat es sich zu einer recht konkreten Vorstellung verdichtet. Und vielleicht haben wir es, angeregt durch diese Medienbilder, sogar selbst einmal probiert, die Geister zu beschwören. Vielleicht hat das, was dabei geschehen ist, unser Weltbild erschüttert. Vielleicht aber ist auch nichts passiert. Dann lag es sicher daran, dass unsere medialen Fähigkeiten nicht ausgereicht haben ...

Die bedeutendsten Medien des 19. Jahrhunderts – das man mit gutem Recht auch das Jahrhundert des Spiritismus nennen könnte – waren die Schwestern Margaret und Kate Fox. Ihre Geschichte liest sich wie ein Kriminalroman – oder wie ein Gruselmärchen. Und ihre medialen Fähigkeiten müssen enorm gewesen sein; vor allem ihre Fähigkeiten, die Aufmerksamkeit der damaligen Massenmedien auf sich zu ziehen. Alles begann im März 1848, als die beiden noch jugendlichen Schwestern aufgeregt von unerklärlichen Klopfgeräuschen in ihrem Elternhaus in Hydesville (im US-Bundesstaat New York) erzählten, über welches schon zuvor einige Spukgeschichten im Umlauf gewesen waren. Zunächst verbreitete sich die Neuigkeit nur in der Nachbarschaft. Schon bald aber meldeten selbst überregionale Zeitungen von den unglaublichen Vorkommnissen im Hause Fox: Der Geist eines verstorbenen Mörders, der im Keller vergraben sein solle, kommuniziere über einen Code aus Klopfzeichen mit den beiden Schwestern.

Dieser wusste nicht nur über so spannende Angelegenheiten wie das allseits bestens bekannte Alter der Schwestern zu berichten, sondern offenbarte über den Klopfcode auch Details über seine Mordtat. Wundersamer Weise hörten die Schwestern von nun an überall, wohin sie gingen, Klopfzeichen von Geistern, die also eine Art universelle Sprache der Untoten zu sein schienen. Schnell machten Kate und Margaret mit dieser Fähigkeit Karriere. Ihr Weg führte sie über diverse Provinzstädte bis nach New York, wo sie

zahlreiche Séancen auch mit Persönlichkeiten der Zeitgeschichte abhielten. Und der Erfolg der Schwestern sorgte recht bald für zahlreiche Nachahmer und Nachahmerinnen. Der Spiritismus, also der Dialog mit den Toten vermittelt durch ein Medium, wurde Mode und verbreitete sich als Phänomen über den ganzen Globus. Man kann also sagen, dass die Fox-Schwwestern den historischen Ausgangspunkt für die moderne, bis heute kaum weniger verbreitete spiritistische Bewegung darstellten. Mit Sicherheit aber waren sie die ersten professionellen Medien und machten ihre »Gabe« relativ erfolgreich zum Beruf. (Vgl. zur Geschichte der Fox-Schwwestern z.B. Weisberg: *Talking to the Dead*)

Allerdings: erfunden haben Kate und Margaret Fox die Geisterbeschwörung natürlich nicht. Schon in prähistorischer Zeit war die Kommunikation mit »Naturgeistern« Aufgabe von Schamanen. Die ersten schriftlichen historischen Dokumente über Ahnenrituale, die dem modernen Spiritismus durchaus ähneln, stammen aus dem antiken China und datieren in die Periode ca. 300 Jahre vor unserer Zeitrechnung. Um sich entsprechend einzustimmen, musste das Medium, meist ein Enkel oder eine Enkelin des/der Verstorbenen, tagelang meditieren und fasten und nahm während des Rituals Speisen und Alkohol zu sich. Aber auch im Alten Testament gibt es Stellen, die nahelegen, dass man im antiken Mittelmeerraum ebenso gerne die Dienste von Medien in Anspruch nahm, um mit den Geistern von Toten in Kontakt zu treten. (Vgl. Paper: *Mediumism throughout History and around the Globe*)

Wie man sieht, hat die Anrufung der Geister von Verstorbenen durch Medien also eine lange Tradition und Geschichte. Was aber ist nun das besondere, das spezifische der Situation im 19. Jahrhunderts, als Margaret und Kate Fox auf die Bühne des Spiritismus traten? – Nun, die spiritistischen Medien des 19. Jahrhunderts wurden erstmals von Massenmedien begleitet, sie fanden ein öffentliches Interesse und Echo vor.

Was in vergangener Zeit rein privaten oder religiösen Zwecken gedient hatte, wurde ein Element der öffentlichen Diskussion und, vor allem, der Unterhaltung. Im Zuge dieser Popularisierung, entstand eine neue Profession, die insbesondere für Frauen aus der Unterschicht eine attraktive Einkommensmöglichkeit bot. Zwar zeigen verfügbare Zahlen, dass das Geschlechterverhältnis tatsächlich nahezu ausgeglichen war. Und die meisten Medien hatten ein eher geringes Einkommen aufzuweisen. Zudem war das soziale Ansehen der Medien in der pruden viktorianischen Gesellschaft nicht gerade hoch, denn ihnen wurde eine zweifelhafte Sexualmoral mit vielen wechselnden Partnern unterstellt. Aber gerade für Frauen aus ärmlichen Verhältnissen

bot sich mit dem Beruf des Mediums trotzdem (oder vielleicht gerade deshalb) eine der wenigen Möglichkeiten des Aufstiegs und der Emanzipation. (Vgl. Laurence Moore: *The Spiritualist Medium*)

Neben dieser technischen und sozialen Komponente gibt es aber auch noch einen eher globalen zeitgeschichtlichen Aspekt, der den Spiritismus-Boom, welcher durch die Fox-Schwwestern ausgelöst wurde, erklären könnte: Das 19. Jahrhundert war geprägt von einem noch weitgehend ungebrochenen Fortschrittsdenken. Es ist das Jahrhundert der großen Erfindungen, die die Welt revolutionieren sollten: der Eisenbahn, der Dampfschiffahrt, des Automobils, der Telegraphie und des Telephons, des elektrischen Lichts, der Photographie, des Films. Die Reihe ließe sich noch lange fortsetzen. Doch gerade die »Wunder« der Wissenschaft und Technik drohten die Welt zu entzaubern, wie man in Anlehnung an Max Weber (vgl. *Wissenschaft als Beruf*) formulieren könnte. Denn hinter ihren »Wundern« steckte eine kalte Rationalität, die sich anschickte, auch die letzten Geheimnisse zu ergründen – und damit banal zu machen. So entstand mit der Verwissenschaftlichung und Technisierung der Welt ein Bedürfnis nach Mystik, nach dem Rätselhaften und Geheimnisvollen. Gleichzeitig aber musste sich diese neue Mystik in die Ordnung der Rationalität integrieren. Selbst die Geister mussten sich materialisieren, mussten sinnlich erfahrbar werden und einen Nachweis über ihre Existenz liefern – z.B. indem sie mittels Kopfzeichen in Séancen mehr oder weniger sinnvolle Fragen beantworteten. Genau diese obskure Mischung des Spiritismus, diese gleichzeitige Ansprache beider Bedürfnisse – nach der Evidenz und nach dem Unergründlichen – kann erklären, warum er ausgerechnet zu dieser Zeit so erfolgreich werden konnte.

Übrigens: Im Jahr 1888 gestanden die beiden Fox-Schwwestern, die mittlerweile mit Alkoholproblemen und finanziellen Schwierigkeiten zu kämpfen hatten, dass alles ein großer Schwindel gewesen war. Sie hatten die Klopfzeichen selbst produziert, angeblich angestachelt von ihrer älteren Schwester Leah, die von Beginn an zu ihrer Managerin geworden war und mit der sie sich zwischenzeitlich völlig überworfen hatten: »The rappings are simply the result of a perfect control on the muscles of the leg below the knee [...] No one suspected us of any trick because we were such young children.« (Margaret Fox in *The New York World* vom 21.10.1888 zitiert nach Weisberg: *Talking to the Dead*: S. 243). War dieses Eingeständnis das Ende des Spiritismus? – Keineswegs. Denn zum einen widerrief Margaret ihre (mit einem hohem Honorar erkauften) Interview-Aussagen im Jahr 1889 – was die spiritistische Bewegung nur allzu gern als Rückkehr zur Wahrhaftigkeit ansehen mochte.

Zum anderen waren die tiefer liegenden Gründe für das Aufblühen des Spiritismus mit dem Geständnis der Medien Margaret und Kate keineswegs beseitigt: Der Wunsch nach der Wahrheit des Ungeheuerlichen war offenbar weit größer als die Empörung über die Ungeheuerlichkeit der wahrscheinlichen Wahrheit.

## DER BEGRIFF DES MEDIUMS

Aber warum wurde hier überhaupt die Geschichte der Trance-Medien Margaret and Kate Fox erzählt? In welchem Verhältnis stehen sie und ihr Leben zur Thematik der Reflexivität (und ihrer Medien)? – Offensichtlich in keinem. Doch das Offensichtliche offenbart selten das ganze und häufig ein allzu oberflächliches Bild. Wer sich mit dem Begriff des Mediums (und seiner Geschichte) beschäftigt, wird zudem schnell feststellen, dass die spiritistischen Medien, für die die Fox-Schwwestern hier exemplarisch stehen sollen, noch zu Beginn des 20. Jahrhunderts sogar viel eher zum Kern des Medienbegriffs gehörten als z.B. die Kommunikations- und Massenmedien, die wir heute überwiegend darunter verstehen wollen: Stefan Hoffmann hat in einer empirischen Auswertung historischer deutscher Wörterbücher (vom beginnenden 18. bis zum frühen 20. Jahrhundert) festgestellt, dass man in diesen Lexika im Wesentlichen sechs Medienbegriffe unterscheiden kann, nämlich das Medium als Mitte-/Mittleres (also eng angelehnt an die Bedeutung des lateinischen Wortursprungs), als Hilfsmittel, als Hälfte, als Vermittelndes, als Form des Genus Verbi und eben als vermittelnde Person im Spiritismus/Mesmerismus. Während in den Wörterbüchern des 18. Jahrhunderts noch die ersten drei Bedeutungen dominierten, verschob sich der Begriffsschwerpunkt im späten 19. und frühen 20. Jahrhundert hin zu den letzten drei Feldern. (Vgl. Hoffmann: *Geschichte des Medienbegriffs*: S. 25ff.)

Aus geistesgeschichtlicher Perspektive ist allerdings eine ganz andere Verschiebung viel bedeutungsvoller: nämlich die Verschiebung vom materiellen Medium hin zum entmaterialisierten, »leeren« Medium. Die klassische Vorstellung, dass zur Wahrnehmung immer ein vermittelndes (materielles) Medium notwendig ist, geht auf Aristoteles zurück. Dieser bemerkt bezogen auf das Sehen: »[...] es muss ein Medium geben; ist dieses leer so wird nicht nur nicht deutlich, sondern überhaupt nichts gesehen.« (*Über die Seele*; Buch II, Kap. 7-419a [S. 37]). Gleiches gilt auch für die anderen Sinne – um Wahrnehmung zu ermöglichen, ist gemäß Aristoteles zwingend ein Medium

erforderlich. Ein leerer Raum ist darum undenkbar, denn im »Nichts« des Raumes wäre nach dieser Vorstellung, die bis in die frühe Neuzeit die Wahrnehmungstheorien dominieren sollte, jede sinnliche Wahrnehmung unmöglich. Deshalb bildete sich in der Antike die Vorstellung des »Äthers« aus – als hypothetisches Medien-Substrat, das die Leere des (Welt-)Raums ausfüllt, so dass z.B. das Licht der Sterne zu uns dringen kann (vgl. auch Hoffmann: *Geschichte des Medienbegriffs*: S. 34ff.).

Paradoxerweise erfolgte dann ausgerechnet im Zuge des naturwissenschaftlich-technischen Fortschritts eine Entmaterialisierung und »Entleerung« des Medienbegriffs. Für die »Übertragung« von Signalen ist nämlich spätestens seit der Entwicklung der Feldtheorie im 19. Jahrhundert kein materielles Medium mehr erforderlich (vgl. ebd.: S. 124ff.). An die Stelle des Äthers trat der leere Raum.

Hier schließt sich der Kreis zu den Trance-Medien. Sie sind gewissermaßen die (verkörperten) Kanäle, durch die hindurch die Feldkräfte einer anderen, entmaterialisierten Geister-Welt zu uns vordringen – und ähneln so durchaus Radioapparaten oder Satellitenempfängern, die ebenfalls unsichtbare (elektromagnetische) Strahlung in für uns wahrnehmbare Signale umwandeln. Es ist also möglicherweise gar nicht so abwegig eine Annäherung an den Medienbegriff über den (Um-)Weg der Trance-Medien zu unternehmen. Dies gilt insbesondere, wenn man bedenkt, dass unser moderner, technisch geprägter Medienbegriff erst in den 1940er Jahren etabliert wurde und die Trance-Medien, durch ihre Funktion als personale Mittler zwischen Jenseits und Diesseits, tatsächlich eben genau zwischen einem metaphysischen und einem technisch-dinglichen Medienbegriff anzusiedeln wären (vgl. auch Schüttpelz: *Mediumismus und moderne Medien*).

## ÜBERTRAGUNGEN

Folgt man der von mir in »*Medien der Anschauung*« etablierten Methode der metaphorischen Heuristik (vgl. ebd.), so ist es allerdings gar nicht von zentraler Bedeutung, ob und in welchem »realen« Verhältnis die Trance-Medien zum modernen Medienbegriff stehen. Es kommt nur darauf an, sich auf das Bild einzulassen, sich in seinem Raum treiben zu lassen, die Impressionen assoziativ zu verdichten und dann (kritisch) zurück zu spiegeln auf die Ausgangsvorstellung. Genau in den Abweichungen und Differenzen, die sich dabei ergeben, liegt der mögliche Erkenntnisgewinn. Also, akzeptieren

wir das Medium als Metapher für sich selbst; erkunden wir den Bildraum, der sich hierin auftut; nehmen wir die Geisterwelt der Trance-Medien (für einen Moment) als Realität – und gewinnen so, über diesen Umweg, vielleicht auch eine Perspektive auf die moderne Medienwelt, die anderenfalls möglicherweise im Verborgenen bliebe:

Zunächst einmal ist augenfällig, dass es sich bei den Trance-Medien eben nicht um technische Artefakte, sondern um Personen handelt. Und es sind, wenn wir dem gängigen Bild dieses »Medientyps« folgen, auch keine beliebigen Personen, sondern besonders sensible (vielleicht sogar labile), jedenfalls für die Geisterwelt in spezieller Weise offene und empfängliche Menschen, die sich als Medium eignen. Obwohl die wenigen verfügbaren Daten eher für ein nahezu ausgeglichenes Geschlechterverhältnis sprechen (siehe oben), ist das Trance-Medium für mich zudem eindeutig weiblich konnotiert. Am eindrucklichsten ist in mir das Bild des Mediums Tangina Barrons aus Steven Spielbergs Film »Poltergeist« präsent. Diese kleine Frau mit großer Brille, geblühtem Kleid und seltsamer Stimme – ist ein Medienbild eines Mediums, gewiss, aber darum nicht unbedingt unwirklicher, sondern sozusagen eine medial verdichtete Repräsentation des Trance-Mediums. Dieses spezielle Medium ist dabei in jedem Fall doppelt kodiert. Tangina Barrons erscheint einerseits als unentbehrliche Helferin, die zwischen der diesseitigen und der jenseitigen Welt vermittelt. Andererseits umweht sie, wie jedes Medium, der Hauch des Dubiosen und Unheimlichen, indem sie ja gewissermaßen halb zur Geisterwelt gehört. In ihrem Fall wird die furchteinflößende Seite allerdings noch zusätzlich verstärkt durch irritierende Elemente wie die mit der Brille zugleich verdeckten und betonten Augen oder ihre seltsam anmutende Flüsterstimme. Das Medium wird so gewissermaßen zur Verkörperung der Bedrohung unserer rationalen Moderne durch eine Sphäre, die sich der Vernunft und der Erklärbarkeit entzieht.

Vielleicht empfinde ich, der ich mich – wenn auch zuweilen widerwillig – eher dieser Ordnung der Vernunft zuordne, Tangina Barrons genau deshalb als wenig sympathisch. Und ich frage mich: Warum reagieren die Geister ausgerechnet auf diese Frau, warum besitzt sie einen Zugang, der anderen verschlossen bleibt? Andererseits ist es positiv zu werten, dass im Film »Poltergeist« als Repräsentantin des Mediums eben nicht ein ätherisches, schlankes Frauenwesen mit langen Haaren, blasser Haut und zarten Gesichtszügen gewählt wurde, welches (mehr oder minder) das gesellschaftliche Schönheitsideal widerspiegelt. Barrons stemmige Fülle widersetzt sich dieser Zuordnung eindeutig. So wurde nicht nur einer Sexualisierung des Mediums vorgebeugt –

wie sie tatsächlich Tradition hat, denn den Trance-Medien wurde in der Vergangenheit schließlich zumeist ein ausschweifendes Sexualleben unterstellt (siehe auch oben). Es wird durch diesen Verzicht möglich, eine Distanz zum Medium aufzubauen, die nicht nur im Sinne der Filmhandlung notwendig ist, sondern die den allgemeinen Charakter des Mediums klarer hervortreten lässt: das Medium ist zweideutig, vielleicht sogar zweifelhaft.

Der zweifelhafte Charakter des Mediums wird noch verstärkt, wenn man sich die Geschichte der Fox-Schwestern vergegenwärtigt. Es steht immer die Frage im Raum, ob das Medium nicht alles vorgaukelt und diejenigen, die sich hilfeschend an es gewendet haben, betrügt. Denn selbst wenn man grundsätzlich an die Realität der Geisterwelt und den medialen Zugang zu dieser glaubt – es kann sich im konkreten Fall immer um Scharlatanerie handeln, um eine geschickt inszenierte Illusion. Wir haben es im Fall der Trance-Medien also mit einem doppelten Zweifel zu tun: Gibt es die jenseitige Welt, zu denen die Medien Zugang versprechen, überhaupt? Und wenn ja: sprechen die Geister wirklich durch das Medium zu uns oder handelt es sich um eine Täuschung? Wobei es auch dann sogar denkbar wäre, dass das Medium selbst an die Realität dessen glaubt, was es uns »übermittelt« – nur dass es sich darin eben selbst täuscht; eine »Wahnvorstellung« also, die sich, durch das Medium, auf die anderen überträgt.

Und diese anderen sind im Kontext des Spiritismus durchaus relevant. Denn die Séance ist kein Zwiegespräch zwischen Medium und Geistern. Nicht nur ein/e Fragende/r ist zwingend zugegen, zumeist handelt es sich um eine Runde mit weiteren konkreten anderen. Die körperliche Präsenz und die gegenseitige Berührung scheinen dabei eine wichtige Rolle zu spielen. Die Geisterbeschwörung ist damit alles andere als immateriell und virtuell, ihr Rahmen ist eine konkrete Situation, für die körperliche Anwesenheit zentral ist. Nicht nur die Geister müssen nämlich ihre Anwesenheit sinnlich erfahrbar machen, indem sie Klopfschläge etc. geben und damit ihre Realität beweisen. Erst die gebündelte Anwesenheit einer Gruppe von Personen lässt die magischen Beschwörungskräfte sich so konzentrieren, dass die Geister genötigt werden, sich (dem Medium) zu offenbaren und (durch seine Vermittlung) zu den Anwesenden zu sprechen. Was geäußert wird, dafür bürgen dann ebendiese Anwesenden als Zeugen.

Es scheint dabei wichtig zu sein, dass das Ganze einen ereignishaften Charakter erhält und nicht etwa mit einem nüchternen Alltagsgespräch verwechselt werden kann. Der Ablauf der Séance bürgt einerseits für Spannung, denn die düstere Atmosphäre, das ungewohnte Setting und das magische Spiel



mit dem Unerklärlichen sorgen für eine nervöse Entrückung des Publikums, während das Medium in Trance verfällt, unwillkürliche Bewegungen vollführt und vielleicht sogar mit fremden Stimmen spricht. Andererseits geben rituelle Elemente mit festgelegten Abläufen der Geisterbeschwörung in der Séance einen festen Rahmen: Das Spektakel folgt einem exakten Zeitplan, an den sich auch die Geister zu halten haben, und einer genau einzuhaltenden Choreographie. Und fast könnte man dabei meinen, dieses gesamte Drumherum ist weit wichtiger als die übermittelten Nachrichten – denn die fallen allzu oft recht banal aus, berichten von vergangenen Ereignissen und nennen Fakten, die den Fragestellenden ohnehin bekannt sind. Erst der mystisch-mysteriöse Charakter der Séance verleiht diesen Mitteilungen aus dem Jenseits den Hauch des Besonderen.

Doch beginnen wir nun mit der Übertragung auf das allgemeine Feld der Medien: Anders als die Trance-Medien sind etwa Massen- und Kommunikationsmedien keine Personen, sondern technische Artefakte, denen wir in der Regel keinen Akteurscharakter zuschreiben (ich werde auf diese Fragestellung an anderer Stelle noch ausführlicher zu sprechen kommen). Allerdings könnte man aus einer bestimmten Perspektive durchaus anzweifeln, dass die Trance-Medien Akteure im strengen Sinn des Wortes sind – sofern man nämlich den Spiritismus als Realität in seinem eigenem Sinn annimmt. Die Medien werden gemäß diesem Verständnis behaust und agieren, temporär, als Werkzeuge der Geister. Sie sind ihr Mund und ihr Körper – also bloße Empfänger, Transformatoren und Sender von Nachrichten aus dem Jenseits, nicht viel anders als ein Fernseher, der digitale Signale in für uns wahrnehmbare analoge Bilder und Töne wandelt.

Nur: Fügt das Medium (durch seine Persönlichkeit und Fähigkeiten) nicht immer auch Eigenes hinzu? Und vor allem: Sagt es uns die ganze Wahrheit? Vernimmt es vielleicht selbst nur einen Teil der Geisterstimmen? Und bedeuten seine Worte für uns, was sie für das Medium bedeuten? Wir haben es hier offensichtlich mit ganz allgemeinen Problemen der Kommunikation und Informationsübertragung zu tun: mit Problemen des Empfangs, der Decodierung, der Verzerrung, der Filterung, der Übersetzung und der Interpretation (vgl. z.B. Wolf: *Nachrichtenübertragung*).

Aber noch schlimmer: Was ist, wenn es sich um einen grandiosen Betrug handelt? Wenn das Medium alles aus sich heraus erschafft und erfindet, uns eine nicht vorhandene Geisterwelt vorgaukelt. In klassischen Medientheorien wird hier analog oft von der Manipulation durch (Massen-)Medien gesprochen, die aktiv versuchen, uns ein bestimmtes Bild der Wirklichkeit vorzugaukeln,

das bestimmten politischen oder wirtschaftlichen Interessen dient (vgl. z.B. Chomsky: *Media Control*). Dies ist vor allem bei der politischen Betrachtung von Medien eine hoch relevante Fragestellung. Bezogen auf den allgemeinen Charakter der Medien bedeutet es, dass das Medium eine äußerst aktive Rolle spielt, die Botschaften (mit) erschafft und keineswegs nur Nachrichten übermittelt. Zugespitzt formuliert: *Es gibt keine externe Wirklichkeit, sondern Wirklichkeit entsteht alleine in der Interaktion zwischen Medien und Rezipienten.*

Bezogen auf die grundsätzliche Rolle der Medien interessiert die Problematik des medialen Betrugs und der Manipulation also nur sekundär. Viel relevanter und weiterführend erscheint mir hier dagegen ein anderer Aspekt, der insbesondere aus der Vorstellung der besonderen Sensibilität des Trance-Mediums rückübertragen werden kann: *Das Medium ist ein sinnlicher Resonanzkörper für das Begehren der Rezipienten.* Das Medium spürt die latenten Wünsche (auf), es verstärkt sie, bringt sie resonierend in Schwingung und macht sie dadurch sichtbar und spürbar. Dabei kann es sich um individuelle wie um kollektive Wünsche handeln. Im Fall der Trance-Medien ist es das allgemeine Bedürfnis nach dem Mystischen oder das individuelle Bedürfnis nach Erlösung von einer persönlichen Schuld gegenüber dem Toten. Im Fall der Massenmedien können es kollektive Bedürfnisse wie ein Feindbild sein, um Identität in negativen Identifizierungen zu schaffen, wenn positive verbindende Elemente fehlen. Oder es ist z.B. das individuelle Bedürfnis nach affektivem Kontrollverlust, das mit einer Schnulze hervorgekehrt wird.

Ein sehr grundlegendes menschliches Begehren ist das Begehren nach Klarheit und Eindeutigkeit – denn die Mehrdeutigkeit einer komplexen Welt überfordert schnell (vgl. z.B. auch Merrell: *Simplicity and Complexity*). Die Medien greifen dieses Begehren auf und verstärken es. Die Realität der Medien ist auch darum oft von Ambivalenzen gereinigt. Allerdings können untergründig in den Übertragungen der Medien immer auch andere Botschaften mitschwingen, welche die Eindeutigkeit der vordergründigen Botschaft unterminieren. Jede Aktivität bedeutet nämlich eine Quelle für »Übertragungsfehler« und »Anreicherungen«, welche ihrerseits auf die hinter der Eindeutigkeit lauernde Komplexität und Uneindeutigkeit verweisen. Ob gewollt oder ungewollt, Medien sind damit eben nicht (nur) ein Mittel der Manipulation, sondern der »Offenbarung« des Begehrens.

Und es bleibt festzuhalten: *Das Medium ist körperlich.* Wäre es nicht körperlich, könnte es keine Resonanzen erzeugen, könnte es die latenten Wünsche nicht hervorkehren. Wie die Trance-Medien nur funktionieren, indem sie den Geistern ihre Verkörperung ermöglichen, so ermöglichen Medien ganz allgemein eine

körperlich-sinnliche Konkretion von Momenten des latenten und manifesten Begehrens. Um diese »Bestimmung« gut erfüllen zu können, müssen die Medienkörper allerdings bestimmte Eigenschaften aufweisen. Ich möchte die hierbei Eigenschaft als »ästhetische Dichte« charakterisieren, d.h. die Medien können ihre Aufgabe umso besser erfüllen, je intensivere und vielfältigere sinnliche Erfahrungen sie ermöglichen. Deshalb werden auch in der Séance die verschiedenen Sinne stimuliert: Geräusche, Licht, Berührung, alles wirkt zusammen, um das Erlebnis zu steigern. Es gilt also (im Übertrag): *Je höher die ästhetische Dichte der Medien, desto wirksamer sind sie.*

Eine hohe ästhetische Dichte alleine ist allerdings nicht hinreichend. Ganz so wie bei den Trance-Medien, die durch ihre Sensibilität die Schwingungen in einer Séance aufgreifen, muss noch die bereits oben genannte Fähigkeit der Resonanz hinzukommen. Das Medium verstärkt bestehende (affektive) Schwingungen, indem die medialen »Äußerungen« im Einklang mit den sinnlich-affektiven Bedürfnissen der Rezipienten stehen: *Die bedeutendste Eigenschaft für das Medium ist Resonanzfähigkeit. Das Medium ist nicht nur Vermittler, es ist ein Verstärker des (eigenen) Begehrens.*

Die Resonanzfähigkeit scheint eng mit der oben angesprochenen »weiblichen« Konnotation des Trance-Mediums zusammenzuhängen. Das Mediums spricht die Affekte und die Sinnlichkeit an, weniger die Vernunft, die oft mit dem männlichen Prinzip verbunden wird. Solche Zuordnungen sind allerdings zweifellos hochgradig historisch wie kulturell kontingent. Wir sollten lernen, sie zu überwinden. Nur ändert das nichts daran, dass es eine interessante Erkenntnis sein könnte, dass die Medien, egal wie sehr sie an die Vernunft appellieren und Beweise (für das Unbeweisbare) aufzutischen trachten, immer auf die affektiv-sinnliche Komponente angewiesen sind, um Aufmerksamkeit auf sich zu ziehen und auf uns zu wirken. *Das Medium steht immer (zumindest mit einem Bein) auch auf der anderen Seite.*

Aber noch auf einer weiteren Ebene scheint es, als sei das Medium doppelt kodiert, wenn wir dem Bild des Trance-Mediums weiter folgen: Das Medium ist nützlich, eben weil es andere Zugänge eröffnet, doch es wirkt so gleichzeitig bedrohlich: Das Trance-Medium, weil wir es zumindest halb der (rational nicht erfassbaren) Geisterwelt zurechnen; doch auch die modernen (Massen-)Medien wirken teilweise gespenstisch. Denn nicht nur die Nachrichten, die sie verbreiten, machen uns Angst. Je weiter die Technisierung der Medien voranschreitet, desto unverständlicher werden sie und ihre Funktionsweise für uns. Fast scheinen sie sich zu verselbstständigen. Doch sie leisten unglaubliches, überwinden Raum und Zeit. *Es handelt sich um einen technologischen Spuk.*

Mehr noch: Aus den (modernen) Medien sprechen tatsächlich die Geister, nicht der Geist – in der Form von untoten Gedanken. Diese untoten Gedanken kehren immer wieder in den Medienbildern – weil wir nach ihnen verlangen. Es sind Dinge, die uns bewegen, weil wir mit ihnen nicht abgeschlossen haben. Dinge, die wir – kollektiv wie individuell – im Alltag verdrängen und nur in verwandelter Form, in der Distanz auf der Medienoberfläche, in unser Bewusstsein treten lassen: den Krieg, den Tod, die Utopie, die Liebe ... Oft trifft deshalb die Medien der Vorwurf der »reißerischen« Darstellung. Aber das Medium muss in gewisser Weise »reißerisch« sein, um seine Aufgabe erfüllen zu können. Damit jedoch kehrt es unsere dunklen Seiten hervor und macht uns auch Angst: *Das Medium ist unheimlich.*

Deshalb komme ich jetzt nochmals auf die Zweifelhaftigkeit des Mediums zu sprechen. Das Medium erscheint schon wegen seiner Unheimlichkeit suspekt. Andererseits glauben wir dem Medium mehr als bereitwillig, da es uns sagt, was wir hören wollen. Das gilt nicht nur für das Trance-Medium, sondern für alle Medien: Das Medium erfüllt uns mit seinen Wahrheiten – und Lügen (die doch eigentlich unsere Wahrheiten und Lügen sind). Deshalb nehmen wir seine Unheimlichkeit bereitwillig hin und lassen uns vereinnahmen von seinen oft wahnhaften Vorstellungen: Verschwörungstheorien, Kriegspropaganda, Börsennachrichten. *Das Medium betrügt, aber vor allem betrügen wir uns selbst.* Wir sehen und hören, was wir sehen und hören wollen.

Um den angebrachten Zweifel an den Medienbildern (und -tönen) zu entwickeln, müssen wir folglich den Selbstzweifel entwickeln. Wir müssen lernen, unseren eigenen Augen und Ohren nicht zu vertrauen. Der Selbstzweifel wirkt infizierend auf das Medium. Je mehr ich mich selbst in Zweifel ziehe, desto stärker beginne ich, am Medium zu zweifeln. Dem versucht das Medium vorzubauen: Um jede Form des Zweifels gar nicht erst aufkommen zu lassen, versucht das Medium mit seinen Inszenierungen, die Wahrheit und Realität seiner »Darstellung« zu demonstrieren. Ich soll meinen Sinnen trauen können. Das Medium liefert (scheinbare) Beweise. Hören wir nicht das Klopfen der Geister? Schwebt nicht der Tisch wie von Geisterhand getragen? Sehen wir nicht die Bilder der ethnischen Säuberungen, die den Kriegseinsatz rechtfertigen? Hören wir nicht die Stimme des Terroristen, der zum heiligen Krieg aufruft? *Die Medien erschaffen eine Authentizitätsfiktion. Und diese Fiktion beruht auf einer geglätteten Wirklichkeit, in der jedes störende Element eliminiert ist.*

Mit Baudrillard (vgl. z.B. *Die Simulation*) können wir von einer Hyperrealität der Medienwirklichkeit sprechen, die eben dazu dient, den eigentlich vor-

handenen grundsätzlichen Zweifel am Medium, der auf seiner Unheimlichkeit beruht, zu zerstreuen. Diesen Anforderungen des Mediums tragen auch die Medienakteure Rechnung, indem sie ihre Inszenierungen soweit entleeren, dass das Symbolische, der »Medienschein«, über die sinnhafte Handlung triumphiert (vgl. z.B. Meyer: *Die Inszenierung des Scheins*). Wo es den Medien gelingt, ihre Bilder und Botschaften von allen Widersprüchen und »Verschmutzungen« zu reinigen, prallt an ihrer Glätte aller Zweifel ab und wird unwirksam. Allerdings schwächt diese Reinigung gleichzeitig auch ihre Wirkungsmacht, denn im Vorgang der Glättung werden ebenso Resonanzen eliminiert. Unser Begehren ist schmutzig. Ein geglättetes und bereinigtes Begehren verhält sich zum wirklichen Begehren wie eine fabrikneue Barbie-Puppe zu unserem schäbigen Lieblingsstofftier: Langeweile gegen Liebe. *Der Versuch der Glättung unterminiert sich selbst.*

Wie können die Medien diese (für sie) fatale Dialektik der »Glaubwürdigkeit« kompensieren? In der Séance gelingt dies über das soziale Moment der verschworenen Gemeinschaft, zu welcher die Runde der Anwesenden durch die gemeinsame Geisterbeschwörung wird. Nicht nur in der gegenseitigen Berührung der Finger kommt dies zum Ausdruck, sondern auch dadurch, dass die Medien glauben machen, erst die gebündelte Energie der Anwesenden sei stark genug, die Geister zu nötigen, sich zu zeigen und zu bekennen. Die gesamte Runde wird derart Teilhaber und gleichzeitig Zeuge des Geschehens. Man vergewissert sich gegenseitig der Wahrheit des Erlebten. Interessant ist dabei, dass der körperliche Kontakt peripher ist: nur die Fingerspitzen berühren sich. Doch trotzdem ist diese Berührung hoch inklusiv (im Sinne einer Vereinnahmung). Wer seine Hand zurückzieht, den Kreis und damit den Energiefluss durchbricht, macht sich gegebenenfalls schuldig am Scheitern der Beschwörung.

Auch bei den Massenmedien haben wir es mit einer (peripheren) Erlebnisgemeinschaft zu tun, die den Effekt der Glaubwürdigkeit erhöht. Haben wir nicht alle die Bilder von 9/11 gesehen? Haben wir nicht gemeinsam gejubelt über den Siegtreffer bei der Fußballweltmeisterschaft? Daran kann es keinen Zweifel geben und es verbindet uns, obwohl wir keine wirkliche oder gar tiefgreifende Verbindung mit den anderen Rezipienten besitzen. Dieser »soziale« Aspekt ist eine wichtige verstärkende Komponente der Fiktion, die das Medium schafft – auch wenn es durch eine Vervielfältigung der Kanäle zu einer zunehmenden »Zerstreuung« des Publikums kommt (vgl. auch Kerckhove: *Jenseits des Globalen Dorfes*). In der Gemeinschaft (selbst einer rein virtuellen) wird der Zauber der Situation gesteigert. Denn nicht nur durch

aufwendigere Technik hat etwa ein Film, den wir im Kino betrachten, oft eine wesentlich größere Wirkung auf uns. Es ist auch die physische Gegenwart der Anderen – die ansteckende Wirkung ihres Lachens (die nur unzureichend durch das Einspielen von »Lachkonserven« zu kompensieren ist), ihre Anspannung und Angst, die wir riechen können –, die zu dieser Intensivierung beiträgt. *Das Medium entfaltet seine Wirkung vollends in der Gemeinschaft des Erlebens.*

Um die Übertragung abzuschließen möchte ich allerdings jetzt das Bild der Séance verlassen und mich (vor diesem Hintergrund) kurz dem klassischen Bild der medialen Kommunikation zuwenden: dem Sender-Empfänger-Modell. Dieses Modell ist gewissermaßen das Standard-Modell der Kommunikationstheorie, und, wie bereits der Name sagt, geht es davon aus, dass Kommunikation vom Sender einer Nachricht zum Empfänger (und ggf. zurück) erfolgt. Für die Übertragung der Nachricht ist dabei ein Medienkanal erforderlich. Um (im Medium) übertragen werden zu können, ist es notwendig, die Nachricht zu kodieren, wobei Störungen sowohl bei der Kodierung, der anschließenden Übertragung und bei der abschließenden Dekodierung (durch den Empfänger) erfolgen können. (Vgl. Shannon: *A Mathematical Theory of Communication*)

Auch dieses mathematisch-technische Modell beinhaltet allerdings eine latente (metaphorische) »Spiritualität«: So könnte man etwa dem Sender leicht »Sendungsbewusstsein« unterstellen. Das Medium ist der (prophetische) Mittler. Der Empfänger seinerseits ist empfänglich. Empfangen aber heißt auch gebären. Und wenn wir das mittels der Trance-Medien gewonnene Bild der Medien ernst nehmen – und nicht an die Realität der Geisterwelt glauben wollen – so bedeutet es: Es gibt nur den Empfänger, der gebiert und das Medium, welches durch Resonanz das Begehren des Empfängers derart verstärkt, dass es zur »Empfängnis« kommt. Die Nachricht wird also gemäß dieser Vorstellung in der Interaktion zwischen Medium und Empfänger hervorgebracht. Wenn man so will: ein konstruktivistisches Konzept der Kommunikation und des Mediums. Und das ist in der Tat eine hoch interessante Perspektive: Das Medium als Geburtshelfer der Nachricht, mit welcher der Empfänger (möglicherweise ungewollt) schwanger ist: Medienpraxis als ästhetische Mäeutik. Damit dies gelingen kann, muss das Material, der Medienkörper, unsere Sinnlichkeit (und Empfindungen) ansprechen, aufgreifen und verstärken. Doch – zumindest potentiell – besitzt jeder Körper materielle Eigenschaften, die geeignet sind uns anzuregen. Jedes Ding kann, unter bestimmten Umständen und im richtigen Moment, zum Medium für uns werden und

beginnen mit uns und zu uns zu »sprechen«. Medien sind ubiquitär. *Die Welt, alles Seiende ist ein (potentielles) Medium.*

## ICH HÖRE STIMMEN ...

Das Medium hört die Stimmen der Geister. Ich höre den Widerhall der Stimmen des Medien-Diskurs: ein vielfältiger Diskurs mit zahlreichen, sich teils widersprechenden Stimmen, die einen laut, die anderen leise, nur schwer zu vernehmen vor dem Hintergrund des diskursiven Rauschens. Die Stimmen, die ich im Folgenden (viel zu kurz und viel zu selektiv!) zu Wort kommen lassen möchte, werden primär um den für das oben entwickelte Medienverständnis so zentralen Aspekt der Körperlichkeit des Mediums kreisen, aber zum Teil auch andere Elemente aufgreifen.

Beginnen wir mit der vielleicht wichtigsten Stimme im Diskurs der modernen (Massen-)Medien: Marshall McLuhan. Sein Credo »the medium is the message« wurde – selbst wo es explizite Ablehnung findet – zum zentralen Referenzpunkt. Was meint McLuhan mit seiner Aussage? – Nun, es wird das beste sein, wenn wir ihn hier selbst sprechen lassen. In seinem Text »*Understanding Media*« aus dem Jahr 1964, legt er dar, dass er die Medien als (technische) Erweiterungen des Menschen auffasst. Und entsprechend gilt für ihn: »the ›message‹ of any medium or technology is the change of scale or pace or pattern that it introduces into human affairs [...] ›the medium is the message‹ because it is the medium that shapes and controls the scale and form of human association and action.« (Ebd.: S. 8f.) Die Medien(körper) sind also (technologische) Erweiterungen des menschlichen Körpers – und sie verändern, durch die spezifischen neuen Möglichkeiten, die sie eröffnen, das gesamte menschliche Zusammenleben: »By putting our physical bodies inside our extended nervous systems, by means of electronic media, we set up a dynamic by which all previous technologies that are mere extensions of hands and feet and bodily heat-controls [...] will be translated into information systems.« (Ebd.: S. 57)

Die elektronischen Massenmedien, für die McLuhan sich primär interessiert, eröffnen das Informationszeitalter und erzeugen eine nie da gewesene globale Gleichzeitigkeit, welche die gesamte Menschheit zu einer (virtuellen) Einheit formt: »[...] there is the difference that all previous technologies were partial and fragmentary, and the electronic is total and inclusive.« (Ebd.: S. 57) Genau in diesem Sinne ist übrigens McLuhans These vom »globalen Dorf« (vgl. auch

*The Gutenberg Galaxy*: S. 31) zu verstehen: durch die Massenmedien und die Geschwindigkeit, mit der sie Informationen bis in die entlegensten Regionen verbreiten, wird die gesamte Welt zum »Dorfplatz«. Was in der Vergangenheit Mund zu Mund verbreitet wurde, wird nunmehr durch den »Äther« geschickt und erreicht damit jeden auch noch so entfernten Winkel.

Es bleibt allerdings festzuhalten: Auch McLuhan legt einen durch und durch materiellen Medienbegriff zugrunde – wobei aber eine stark technologische Prägung vorherrscht (wie sie insgesamt für den medientheoretischen Diskurs typisch ist). Inhaltlich erinnert seine zentrale These, dass Medien als (technologische) Erweiterungen des Menschen zu begreifen sind, dabei stark an die Anthropologie Arnold Gehlens, der den Menschen als »Mängelwesen« auffasst: Um seine (biologische) »Minderwertigkeit« zu kompensieren, benötigt der Mensch Kultur (und Technik), die ihm so zur »zweiten Natur« wird. Durch seine kulturellen Leistungen wendet der Mensch einen natürlichen Nachteil zu seinem Vorteil, und statt sich der Umwelt anzupassen, passt er die Umwelt an seine Bedürfnisse an (vgl. *Der Mensch*). Allerdings ist diese »zweite Natur«, wie Günther Anders aufweist, nicht unproblematisch für den Menschen. Es herrscht nämlich ein prometheisches Gefälle: die Technik hat den Menschen bereits überholt. Er ist nicht mehr im Stande seine eigenen Schöpfungen vollständig zu verstehen – und zu kontrollieren. Vielmehr beherrscht die Technik den Menschen durch die »Sachzwänge«, die sie ihm setzt (vgl. *Die Antiquiertheit des Menschen*).

Verschärft wird dieses Problem durch immer stärker vernetzte und virtualisierte Medienwelten, in denen der Mensch gar nicht mehr in der Lage ist, zwischen Wirklichkeit und medialem Bild zu unterscheiden. Jean-Louis Baudry hat hierauf bereits in den 1970er Jahren, allerdings primär bezogen auf das Medium des Films, hingewiesen und als Gegenmittel eine verstärkte Aufmerksamkeit für die Apparate und ihre Funktionsweise vorgeschlagen. Denn erst wenn man sich dem Apparat (und seiner Materialität) zuwendet, wird erkennbar, dass dieser dazu dient, die Illusion einer (im Medium selbstverständlich eben nicht vorhandenen) objektiven Wirklichkeit aufzubauen (vgl. *Ideological Effects of the Basic Cinematographic Apparatus*).

Diese Hinwendung zu den Apparaten ist umso wichtiger, da nicht jedes Medium seine Fiktionen in gleicher Weise erzeugt. Und das bedeutet, dass die spezifische Materialität des Mediums entscheidend dafür ist, was mit ihm transportiert werden kann. Eine Übersetzung bzw. Übertragung von Botschaften vom einen zum anderen Medium, bewirkt immer die Veränderung der Botschaften, wie Friedrich Kittler bemerkt: »Ein Medium ist ein Medium ist ein Medium. Es



kann also nicht übersetzt werden. Botschaften von Medium zu Medium tragen heißt immer schon: sie anderen Standards und Materialitäten unterstellen.« (*Aufschreibesysteme*: S. 271)

Entsprechend transformiert die andere Materialität der »neuen« Medien, wie Norbert Bolz aufweist, auch die medialen Erzählformen sowie die Rolle der Rezipienten. Dominierte im Zeitalter der Schrift noch der passive, stille Leser (vgl. *Am Ende der Gutenberg-Galaxis*: S. 194), so sind die Menschen heute endgültig »nicht mehr [bloße] Werkzeugbenutzer, sondern Schaltmomente im Medienverbund« (ebd.: S. 115). Allgemein findet, bedingt durch die neuen Möglichkeiten die z.B. Bildschirme und Hypertext ermöglichen, ein Wechsel der Erzählformen von der Serialität zur Parallelität und von der Linearität zur Vernetzung statt.

Für Gerdhard Lischka wird die Schnittstelle gar zur zentralen Metapher seiner Medientheorie. Allerdings ist für ihn die Schnittstelle mehr als ein bloßes (Computer-)Interface: »Das Wort ›Schnittstelle‹ wird gerne als Synonym für ›Interface‹ verwendet. Doch bezeichnet das Interface deutlich die Fläche zwischen Computer und User [...] Weshalb wir uns aber der ›Schnittstelle‹ bedienen, ist die Tatsache, dass sie nicht nur die spezielle Situation des Informationsaustausches zwischen User und Computer bedeutet, sondern ganz allgemein den Prozess der Generierung der Gedanken und des Gedächtnisses.« (*Schnittstellen*: S. 10) Was aber ist dann unter einer Schnittstelle konkret zu verstehen? Eher dunkel bemerkt Lischka hierzu: »Eine Schnittstelle ist ein Punkt, eine Linie, eine Richtung, ein Bündel. Sie ist eine Energie, die sich ausrichtet oder ohne klare Zielrichtung verstrahlt. Aber sicherlich ist sie ein bewusster oder unbewusster Attraktor, aus dem heraus wir uns in einem gewissen Medium für eine Form entscheiden.« (Ebd.: S. 11) Und dabei spielt der »Schnitt« eben eine zentrale Rolle: »Folgen wir den Schnitten noch weiter, als konstruktiven Entwürfen zur Lebensgestaltung, so interpretieren wir den Film- oder Videoschnitt als wichtigen Teil der Gestaltung vorliegenden Bildmaterials, als Entscheidung für die definitive, verbindliche Form. Mediatisierung ist ohne Schnitt nicht denkbar, weil sie sonst nichts als der endlose Film des Lebens selbst wäre [...]« (Ebd.: S. 12f.)

Unsere eigene Schnittstelle ist unser Köper, der uns damit aber auch eine Grenze setzt: »Wie weit wir auch die Grenzen der Mediatisierung hinauschieben, die Schnittstellen ausreizen, wir bleiben doch in unserem Körper gefangen [...] In der virtuellen Realität meinten wir unsere Grenze ins Unermeßliche hinausgeschoben zu haben, [...] müssen aber dessen eingedenk bleiben, dass wir nicht über uns hinaus können, unsere Subjektivität, wie

different sie auch sei, nicht verlassen können.« (Ebd.: S. 25f.) In der Konsequenz bedeutet das für Lischka: »Letztlich ist immer der einzelne die Schnittstelle, der Mensch das Medium.« (Ebd.: S. 54) Und: »Der Körper, der alles beinhaltet, ist in seiner Komplexität Symbol für die Schnittstelle und das Gefäß der Erlebnisfähigkeit.« (Ebd.: S. 55)

Gemäß Lischka ist also der Mensch das Medium und der Körper die Schnittstelle – eine Sichtweise die in ähnlicher Form auch von Jens Löhnhoff vertreten wird, der dabei allerdings die Funktion des Körpers als Generator praktischer Gewissheit betont (vgl. *Der Körper als Generator vorreflexiver Gewissheit und Medium der Sinnkonstruktion*) – was wiederum nichts anderes bedeutet, als dass unsere Körperlichkeit jeder reflexiven (Weiter-)Verarbeitung sowohl vorausgeht wie sie ihr Grenzen setzt. Und so sprechen die Massenmedien eben nicht in erster Linie zu unserem Geist, wie wir vielleicht meinen könnten, sondern zu unserem Körper und seiner Sinnlichkeit (vgl. auch Kerckhove: *The Skin of Culture*: S. 8ff.). Umgekehrt verleitet es uns, den Körper immer mehr zu einem ästhetischen Medium der Selbstdarstellung umzufunktionieren. Er wird zum medialen »Gestell«, wie Arabatzis (vgl. *Im Niemandsland der Großen Installation*: S. 108ff.) in Anlehnung an Heidegger formuliert: ein »chirurgisches und biogenetisches Designprodukt« (ebd.: S. 109), das wir mit allen zur Verfügung stehenden Mitteln (der Kosmetik, der ästhetischen Chirurgie, der Biotechnologie, der Body-Modification durch Tätowierungen, Piercings, etc.) anpassen wollen, um ein »mediales Selbst« – die Botschaft von dem, wie wir sein wollen – nach außen zu spiegeln (vgl. auch Pfahl: *Der Körper als Bühne des Selbst*).

Auch im digitalen Zeitalter sind also Medien körperlich, ja, selbst der eigene Körper wird mehr und mehr nicht alleine als Wahrnehmungs-, sondern als Ausdrucksmedium begriffen. Entsprechend bemerkt Vilém Flusser: »Mit dem Wort ›immateriell‹ wird schon längst Unfug betrieben. Aber seit man von einer ›immateriellen Kultur‹ spricht, kann ein derartiger Unfug nicht mehr hingenommen werden.« (*Lob der Oberflächlichkeit*: S. 286) Allerdings hat es im Verhältnis von Stoff und Form eine Verschiebung gegeben: »Früher, seit Platon und noch vorher, ging es darum, vorhandenen Stoff zu formen, um ihn zum Erscheinen zu bringen, und jetzt geht es darum, den aus unserer theoretischen Schau und unseren Apparaten hervorquellenden und übersprudelnden Strom von Formen mit Stoff zu füllen, um die Formen zu ›materialisieren‹. Früher ging es darum, die scheinbare Welt des Stoffs nach Formen zu ordnen, und jetzt eher darum, die vorwiegend in Zahlen verschlüsselte Welt der sich unübersehbar vermehrenden Formen zum Scheinen zu bringen.« (Ebd.: S. 291f.)

Leider ist es dabei so, dass wir dem (sinnlichen) Anschein nicht mehr vertrauen: »Es läßt sich nicht leugnen: Das Mißtrauen den Händen, den Augen, den Fingern und den Ohren gegenüber ist berechtigt [...] Und doch, wenn uns auch unsere Organe die ›Wahrheit‹ – was immer das Wort bedeuten mag – nicht mitteilen können, die Augen zumindest sind Organe, welche uns mitteilen, was ›wahrscheinlich‹ ist, nämlich den Anschein [...] Seit dem Schritt aus der Fläche in die Linie, aus der Magie der Bilder in die Logik der Texte, neigen wir dazu, das ›nur‹ Scheinbare zu verachten [...]« (Ebd.: S. 20)

Boris Groys identifiziert aber noch eine gleichsam viel tiefer gehende Ebene des Mißtrauens und des Verdachts im Kontext der Medien. Denn der mediale Schein verweist auf ein verdecktes anderes: einen submedialen Raum, der (tragend) unter der Oberfläche der Medien verborgen liegt und der unseren Verdacht nährt, dass es einen – ebenso verborgenen – Manipulator gibt, der die Medienoberfläche kreierte (vgl. *Unter Verdacht*: S. 49). Medientheorie ist damit immer auch (metaphysische) Verdachtstheorie: »Der eigentlich Held der medialen Kultur ist der Privatdetektiv, der ständig nach neuen Indizien sucht, die seine Verdächtigungen bestätigen könnten.« (Ebd.: S. 226)

Auch Groys betont aber die Materialität der Medien (im Gegensatz zur Metaphysik der Medientheorie): Selbst als Zeichen verstanden ist das Medium materiell, denn »Zeichen sind doch materiell – sie sind in erster Linie Dinge, Gegenstände in der Welt«, bemerkt er (ebd.: S. 44). Überhaupt gibt es nur sehr wenige Stimmen, die grundsätzlich die Materialität der Medien negieren. Selbst im medientheoretischen Diskurs über den Cyberspace und virtuelle Realität wird zumeist auf die zentrale Rolle materialer »Interfaces« abgehoben, denn schließlich geht es in der virtuellen Realität genau darum, sensorische Erfahrungen medial zu simulieren. Auch und gerade die virtuelle Realität ist damit auf »Verkörperungen« angewiesen (vgl. z.B. Biocca: *The Cyborg's Dilemma* oder Hillis: *Digital Sensations*).

Wenn überhaupt, so finden wir die Vorstellung einer vollständigen Entmaterialisierung der Medien in zwei Hauptströmungen: der Medienökonomie der Digitalisierung und der (Luhmannschen) Systemtheorie. Letztere entledigt sich der Körperlichkeit, indem sie sowohl die Subjekte wie die Medientechnologie in die Systemumwelt verschiebt. Die systemtheoretische Betrachtung des Systems der Massenmedien ist damit letztlich eine bloße Anpassung an die Sprachkonventionen der allgemeinen Systemtheorie: Das Mediensystem ist eines von vielen Subsystemen, die, für den Systemtheoretiker, alle im Prinzip gleich funktionieren, indem sie sich in operativer Geschlossenheit

(kommunikativ) selbst erzeugen. Spezifisch ist alleine der konstitutive binäre Code, durch den es sich von seiner Umwelt abgrenzt. Im Fall des Massenmediensystems handelt es sich laut Luhmann um den Code Information/Nichtinformation (vgl. *Die Realität der Massenmedien*: S. 36). Überall wo die Unterscheidung Information/Nichtinformation angewendet wird, haben wir es also mit dem (Massen-)Mediensystem zu tun. Technologien bilden dafür zwar eine (notwendige) Grundlage, sind aber von den Medien selbst zu trennen: »Die Verbreitungstechnologie vertritt hier gleichsam das, was für die Ausdifferenzierung der Wirtschaft durch das Medium [!] Geld geleistet wird. Sie konstituiert selber nur ein Medium, das Formenbildungen ermöglicht, die dann, anders als das Medium selbst, die kommunikativen Operationen bilden, die die Ausdifferenzierung und die operative Schließung des Systems ermöglichen.« (Ebd.: S. 11)

Es ist nicht nur bezeichnend, dass Luhmann hier die Medientechnologien in Analogie zum Geld setzt, das er selbst als Medium bezeichnet, während er die Medientechnologien eben nicht als Teil des Mediensystems verstehen will. Die systemtheoretische Entmaterialisierung der Medien ist notwendiges Resultat ihrer »autopoietischen« Theorieproduktion, die in operativer Geschlossenheit immer die selben Aussagen hervorbringt – egal mit welcher Thematik sie sich beschäftigt. Die »materielle« Bedingtheit des Mediensystems wird dabei gar nicht negiert – sie ist vielmehr nicht von Interesse, da sie sich in der Sprache der Systemtheorie nicht formulieren lässt.

Der zweite Strang, der von einer Entmaterialisierung der Medien ausgeht, speist sich aus dem ökonomischen Diskurs: In der »gewichtlosen Ökonomie« des postindustriellen Zeitalters haben wir es, laut Quah, mit einer zunehmenden Dematerialisierung zu tun (vgl. *Increasingly Weightless Economies*). »Immaterielle« Güter wie Wissen, Software und kreativer »Content« etc. werden nicht nur immer zentraler, sie lassen sich durch Digitalisierung und Vernetzung nahezu kostenlos reproduzieren und verteilen (vgl. auch Coyle: *The Weightless World*: S. 3ff.). Diese Entwicklung spitzt sich durch neue Technologien wie das »Cloud-Computing« noch zu. Der Blogger Ibrahim Evsan bemerkt hierzu: »Auf jeden Fall erlebe ich eine Entmaterialisierung. So lösen sich die mp3-Dateien auf dem Computer, dem Handy und dem iPod einfach – im wahrsten Sinne des Wortes – in Luft auf, sie erscheinen nur noch kurzfristig zum Abhören in der realen Welt und schon sind sie wieder in der virtuellen Welt verschwunden, weil die Musikstücke von einem großen Supercomputer (Cloud-Computing) gestreamt werden.« (Evsan: *Alles entmaterialisiert sich*)

Innerhalb der Medienökonomie wird diese angebliche Entstofflichung der Wirtschaft aufgegriffen – und von einigen Stimmen im Diskurs gleichgesetzt mit einer Entstofflichung der Medien. Dabei lassen sich zwei Positionen unterscheiden: solche, die die Entmaterialisierung der Medien als ein gegebenes Phänomen hinnehmen und sich eher deskriptiv mit den Auswirkungen auf den Mediensektor und seine wissenschaftliche Analyse beschäftigen (vgl. z.B. Sommer/Rimscha: *Jenseits von traditionellen Mediengattungen*), und solche, die diesen Prozess kritisch betrachten und unter »materialistischer« Perspektive die Warenförmigkeit der Entstofflichung thematisieren (vgl. z.B. Rau: *Die digitale Herausforderung*).

Doch genauso wie die allgemeine These einer entmaterialisierten Wirtschaft aus guten Gründen in Frage gestellt werden kann (vgl. Huws: *Material World*) gilt auch und gerade im Bereich der Medien: die Technologien und ihre in der Tat vorhandene Materialität sind auch im digitalen Zeitalter keineswegs irrelevant, sondern sie begrenzen uns darin, »wie wir spezifische Praktiken mit Medien ausführen, welche Art der Kommunikation überhaupt möglich ist oder welche Verbindungen sich herausbilden« (Trommershausen: *Medienorganisationen im Wandel*: S. 59). Die Rahmenbedingungen für die Kommodifizierung der Medien und ihrer Inhalte mögen sich gewandelt haben, aber die Medien sprechen noch immer zu unseren Sinnen. Dazu müssen sie sich verkörpern. Und wie man es auch drehen und wenden mag: Ein Weltzugang ohne (medial-körperliche) Vermittlung erscheint unmöglich (vgl. auch Pelzl: *Die vermittelte Welt*).

## UNTERSCHIEDUNGEN

Die oben »vernommenen« Stimmen des Mediendiskurses, die primär um den Topos der Körperlichkeit kreisten, scheinen allerdings überwiegend einen grundsätzlich anderen Begriff des Mediums zugrunde zu legen als ich ihn in Auseinandersetzung mit den Trance-Medien entworfen habe. Zum einen handelt es sich in den meisten Fällen um einen *technologisch geprägten Medienbegriff*. Zum anderen dominiert eine *instrumentelle Auffassung der Medien*. In diesem Rahmen lassen sich weitere Differenzierungen vornehmen, nämlich die *Unterscheidung zwischen Kommunikations-, Informations- und Unterhaltungsmedien*.

Kommunikationsmedien erzeugen – wenn wir uns in der Betrachtung dieser Medien wiederum dem eingangs entworfenen Medienkonzept zuwenden –,

Resonanzen für das Begehren nach Austausch, für die Öffnung zum Anderen. Dieses fundamentale Begehren des Menschen, seine Vereinzelung zu überwinden, kann u.a. durch technologische Medien angesprochen und »verstärkt« werden. Wir kennen solche technologischen Medien heute auch unter dem Begriff »soziale Medien« (also im weitesten Sinne Vernetzungsplattformen, die auf Internet-Technologien fußen). Ältere, aber noch immer relevante Formen von Kommunikationsmedien sind die Sprache, Musik, Tanz, Briefe, Kurznachrichten, das (Mobil-)Telefon etc. In der gängigen Vorstellung basieren sie alle auf einer hermeneutischen Fiktion: nämlich dass ein Verstehen (des anderen) möglich sei, dass wir also in der Kommunikation Nachrichten austauschen, deren Sinn wir verstehen. Viel wichtiger als das Verstehen erscheint mir hier allerdings unter medienpraktischer Perspektive die gegenseitige Verstärkung des »Vereinigungswillens« des Menschen (durch mediale Resonanz), die die »Nutzer« der Kommunikationsmedien aneinander bindet und zueinander drängt.

Informationsmedien wiederum sind (materielle) »Träger« von Wissen und bieten (über entsprechende Schnittstellen) Zugänge zu Information. Sie erzeugen also Resonanzen zu unserem »Willen zum Wissen« (Foucault). Der Wille zum Wissen resultiert aus dem Begehren (durch Wissen) die Dinge kontrollieren zu können. Um die entsprechende Resonanz zu diesem Begehren erzeugen zu können, sollten Informationsmedien bestimmte Qualitäten aufweisen: Zum einen müssen sie Wissen »konservierbar« machen können. Dazu werden Informationen, also in bestimmte Formen gegossene Wissensbestände, wiederum in bestimmte materielle Formen gebracht, die die »Flüchtigkeit« des Gedankens durch materielle Beständigkeit unterminieren. Lange Zeit war Schrift (auf Tontafeln und auf Papier) das wichtigste Speichermedium für Informationen. Später kamen Aufzeichnungsverfahren wie (analoge) Photographie, Film und Tonband etc. hinzu. Heute ermöglicht digitale Speicherung (auf materiellen Trägern wie Festplatten, Flash-Speicher oder optischen Medien) eine wesentlich vielfältigere und umfangreichere Informationsvorhaltung, die auch den Zugriff rasant beschleunigt hat.

Und die Ermöglichung des (möglichst einfachen) Zugriffs ist denn auch die andere Qualität, die Informationsmedien aufweisen müssen. Denn eine vorhandene Information, die nicht zugreifbar ist, ist (für den, der sie begehrt) nicht existent. Anstatt Resonanz wird Frustration erzeugt. Einfacher Zugriff ist also eine entscheidende Qualität von Informationsmedien, um unser Begehren nach Wissen (und damit nach Kontrolle) anzusprechen und zu verstärken.

Unterhaltungsmedien erscheinen diesem Begehren geradezu entgegengesetzt. Man könnte die Resonanz der Unterhaltungsmedien also sozusagen im »Willen zum Nichtwissen« verorten. Dieser Wille entspringt dem Begehren nach der Aufgabe von Kontrolle. Allerdings haben wir es in den meisten Fällen mit einer »repressiven Entsublimierung« (vgl. auch Marcuse: *Der eindimensionale Mensch*: S. 76ff.) zu tun: d.h. wir opfern unseren Widerstand gegen das, was unser Begehren unterdrückt, weil man uns erlaubt, ein Element unseres Begehrens (innerhalb eines eng abgesteckten, systemförderlichen Rahmens) zu verwirklichen. Zu diesem Zweck dient die ästhetische Ansprache, die die Unterhaltungsmedien uns bieten. Häufig handelt es sich dabei um eine Überreizung (mittels audiovisueller Spezialeffekte, 3D-Simulation etc.), die tatsächlich durch Überstimulation »Sensibilität« abtötet. Auf der narrativen Ebene versuchen die Unterhaltungsmedien Resonanz zu erzeugen, indem sie auf bestehende Werte und Normen aufbauen und indem sie das Begehren nach Eindeutigkeit befriedigen: Der Kampf gegen Gut und Böse, in dem am Ende das Gute siegt – von der »Bibel« bis zu »Terminator« immer dieselbe Geschichte. Die Unterhaltungsmedien generieren also, indem beide Momente (die ästhetische Stimulation und die narrative Vereinfachung) zusammenwirken, eine hoch willkommene »Ablenkung« von einer Welt, die uns in unserem Begehren einschränkt und in ihrer Komplexität überfordert. Damit aber wird neben der Resonanz zu unserem Begehren auch eine Resonanz zu den Begehrlichkeiten der sozialen Kontrolle aufgebaut – die unserem Begehren eigentlich zuwider läuft.

Kommunikationsmedien, Informationsmedien und Unterhaltungsmedien bauen, wenn man sie eher konventionell begreift, allerdings, wie schon eingangs angemerkt, letztlich auf einem instrumentell-technologisch geprägten Medienbegriff auf. Einfach ausgedrückt: sie dienen der gängigen Auffassung nach eben schlicht der Kommunikation, der Information bzw. der Unterhaltung. Als »Massenmedien« in einer post-industriellen Gesellschaft ist ihre Funktion wesentlich auf moderne Technologien gegründet. Von diesem instrumentell-technologischen Medienbegriff möchte ich einen *reflexiven Medienbegriff* unterscheiden, wie er oben in Auseinandersetzung mit der »Metapher« der Trance-Medien entwickelt wurde. Dieser Medienbegriff ist weniger technologisch als vielmehr *ästhetisch fundiert*, d.h. im Zentrum stehen die sinnlichen Qualitäten des Mediums und seine Kapazitäten über die sinnliche Ansprache *Resonanzen mit dem (individuellen wie kollektiven) Begehren* zu erzeugen. Funktionen wie Kommunikation, Information und Unterhaltung können in diesem Verständnis des Mediums immer nur sekundär bleiben.

Was das Medium primär erzeugt ist die *Offenbarung des Begehrens*. Es stellt sich lediglich die Frage, ob wir bereit sind, diese Erkenntnis zu akzeptieren. Die Möglichkeit der Selbsterkenntnis ist jedenfalls das reflexive Element dieses Medienverständnisses: *Die Medien sind immer auf uns gerichtet*. Denn wir senden die Botschaft unseres Begehrens zu ihnen, und sie spiegeln uns dieses Begehren (durch ästhetische Resonanz verstärkt) zurück. *Das Medium ist also immer ein Erkenntnismedium*.

Und jedes Ding in der Welt kann zu einem Erkenntnismedium werden. Dabei ist es im Prinzip gleichgültig, ob es sich um eine große oder kleine Erkenntnis handelt, die das Medium durch seine ästhetisch-körperliche Qualität vermittelt. Zudem kann man auch niemals genau wissen, welches Medium zum Geburtshelfer für große oder kleine Erkenntnisse werden wird. Eine mit dem Wissen der Welt gefüllte Datenbank kann im Hinblick auf die (selbst-)reflexive Erkenntnis absolut banal wirken, während ein Apfel zur Erkenntnis der gravitativen Schwere der Dinge führen kann – auch wenn letzterer im Falle Newtons nur eine Legende gewesen sein mag. Die eigentliche Botschaft wäre schließlich vielleicht auch die Erkenntnis nach dem »Willen zum Wissen« gewesen.

Jedenfalls: die Wirkung der Erkenntnismedien ist schwer vorauszusagen. Wir können lediglich einige Eigenschaften des Mediums formulieren, die die Erzeugung von Resonanzen wahrscheinlicher erscheinen lassen: Hier wäre zuallererst die *ästhetische Dichte und Vielfalt* des Mediums zu nennen. Denn je intensiver und vielfältiger die sinnliche Ansprache des Mediums wirkt, desto wahrscheinlicher ist es, dass es eine Resonanz zu unserem Begehren erzeugen kann. Weiterhin wird die *Formbarkeit und »Beschreibbarkeit«* bzw. die *interaktive Sensibilität* des Mediums offenbar eine wichtige Rolle spielen, denn wenn es an die Struktur unseres Begehrens anpasst werden kann oder es sich selbst an diese anpasst, wird möglicherweise irgendwann ein Moment der intensiven Resonanz erzeugt, der zu tiefergreifenderen Erkenntnissen führen kann. Schließlich: Die Verfügbarkeit und Erreichbarkeit, die stark auch mit seiner Reichweite und Durchdringungskraft zusammenhängt, sollte ebenso eine entscheidende Qualität des Mediums darstellen. Denn wo das Medium nicht zu uns durchdringt und wo wir das Medium nicht erreichen können, kann auch keine Resonanz erzeugt werden.

Auch Trance-Medien können selbstverständlich als Erkenntnismedien wirken – nicht nur weil dieses Verständnis des Mediums anhand ihres »Beispiels« entwickelt wurde. Die Trance-Medien bieten ihrer Kundschaft, auch durch den mystischen Rahmen der Séance, vielfältige und intensive ästhetische



Anknüpfungspunkte. Die Sensibilität des Mediums (die seine persönliche Qualität darstellt) reagiert auf unser Begehren (etwa nach Versöhnung) und verstärkt es auf geschickte Weise. Und die Erfahrung der Séance ist, so dürfen wir vermuten, durchdringend. Der »Schauer« erreicht, auch mittels des körperlichen Kontakts, alle im Kreis der Anwesenden. Die Geister und ihre (ebenso fiktiven wie vordergründigen) Botschaften sind dabei eigentlich völlig irrelevant. Wenn wir die eigentliche Botschaft, die das Medium uns übermittelt, reflexiv deuten, erkennen wir unser Begehren, das durch das Medium verstärkt wird, so dass wir es wahrnehmen und reflektieren können. Trance-Medien könnten, wenn wir sie derart begreifen und vor allem »empfinden«, also durchaus als potente (Selbst-)Erkenntnismedien wirken.

Am Ende dieses Unterscheidungsspiels möchte ich deshalb eine letzte »Gattung« von Medien abgrenzen (und so schnell als möglich auch wieder in Vergessenheit bringen): die »Geistermedien«. Ich nenne sie Geistermedien, denn sie sind immateriell – und damit rein fiktional. Sie gleichen den Geistern im Rahmen der Séance: Als körperlose Gedanken-Untote spuken sie nur in den Köpfen bestimmter Medientheoretiker herum.

## Literatur:

- Anders, Günther: *Die Antiquiertheit des Menschen [Band I: Über die Seele im Zeitalter der zweiten industriellen Revolution]*. C. H. Beck, München 1956.
- Arabatzis, Stavros: *Im Niemandsland der Großen Installation – Theorie der Medien*. Königshausen & Neumann, Würzburg 2011.
- Aristoteles: *Über die Seele*. Akademie Verlag, Berlin 2006.
- Baudrillard, Jean: *Die Simulation*. In: Welsch, Wolfgang (Hg.): *Wege aus der Moderne – Schlüsseltexte der Postmoderne-Diskussion*. Acta Humaniora, Weinheim 1988, S. 153–162.
- Baudry, Jean-Louis: *Ideological Effects of the Basic Cinematographic Apparatus*. In: *Film Quarterly*. Vol. 28, Nr. 2 (1974), S 39–47.
- Biocca, Frank: *The Cyborg's Dilemma – Progressive Embodiment in Virtual Environments*. In: *Journal of Computer-Mediated Communication*. Vol. 3, Nr. 2 (1997).
- Bolz, Norbert: *Am Ende der Gutenberg-Galaxis – Neue Kommunikationsverhältnisse*. Wilhelm Fink, München 1993.
- Chomsky, Noam: *Media Control – The Spectacular Achievements of Propaganda*. Seven Stories Press, New York 1997.
- Coyle, Diane: *The Weightless World – Strategies for Managing the Digital Economy*. Capstone, Oxford 1997.
- Evsan, Ibrahim: *Alles entmaterialisiert sich*. Online Ressource: <https://www.ibrahimevsan.de/2009/12/12/alles-entmaterialisiert-sich>
- Flusser, Vilém: *Lob der Oberflächlichkeit – Für eine Phänomenologie der Medien*. Bollmann, Mannheim 1993.
- Foucault, Michel: *Der Wille zum Wissen [Sexualität und Wahrheit, Band 1]*. Suhrkamp, Frankfurt 1983 [1976].
- Gehlen, Arnold: *Der Mensch – Seine Natur und seine Stellung in der Welt*. Junker und Dünnhaupt, Berlin 1940.
- Groys, Boris: *Unter Verdacht – Eine Phänomenologie der Medien*. Carl Hanser, München 2000.
- Hillis, Ken: *Digital Sensations – Space, Identity and Embodiment in Virtual Reality*. University of Minnesota Press, Minneapolis 1999.
- Hoffmann, Stefan: *Geschichte des Medienbegriffs*. Meiner, Hamburg 2002.
- Huws, Ursula: *Material World – The Myth of the »Weightless Economy«*. In: *The Socialist Register*. Vol. 35 (1999), S 29–55.

- Jain, Anil K.: *Medien der Anschauung – Theorie und Praxis der Metapher*. edition fatal, München 2002.
- Kerckhove, Derrick de: *Jenseits des Globalen Dorfes – Infragestellung der Öffentlichkeit*. In: Maresch, Rudolf (Hg.): *Medien und Öffentlichkeit – Positionierungen, Symptome, Simulationsbrüche*. Klaus Boer Verlag, Grafrath 1996, S. 135–148.
- Kerckhove, Derrick de: *The Skin of Culture – Investigating the New Electronic Reality*. Somerville House Publishing, Toronto 1995.
- Kittler, Friedrich A.: *Aufschreibesysteme – 1800/1900*. Wilhelm Fink, München 1985.
- Krämer, Sybille: *Das Medium als Spur und als Apparat*. In: Dies. (Hg.): *Medien, Computer, Realität – Wirklichkeitsvorstellungen und neue Medien*. Suhrkamp, Frankfurt 1998, S. 73–94.
- Laurence Moore, R.: *The Spiritualist Medium – A Study of Female Professionalism in Victorian America*. In: *American Quarterly*. Vol. 27, Nr. 2 (1975), S. 200–221.
- Lischka, Gerhard J.: *Schnittstellen – Das postmoderne Weltbild*. Benteli, Bern 1997.
- Lönhoff, Jens: *Der Körper als Generator vorreflexiver Gewissheit und Medium der Sinnkonstruktion*. In: Renn, Joachim/Erst, Christoph/Isenböck, Peter (Hg.): *Konstruktion und Geltung – Beiträge zu einer post-konstruktivistischen Sozial- und Medientheorie*. Springer VS, Wiesbaden 2012, S. 183–203.
- Luhmann, Niklas: *Die Realität der Massenmedien*. Westdeutscher Verlag, Opladen 1996.
- Marcuse, Herbert: *Der eindimensionale Mensch*. Deutscher Taschenbuch Verlag, München 1994 [1964].
- Merrell, Floyd: *Simplicity and Complexity – Pondering Literature, Science, and Painting*. University of Michigan Press, Ann Arbor 1998.
- McLuhan, Marshall: *The Gutenberg Galaxy – The Making of Typographic Man*. University of Toronto Press, Toronto 1962.
- McLuhan, Marshall: *Understanding Media – The Extensions of Man*. MIT Press, Cambridge/London 1994 [1964].
- Meyer, Thomas: *Die Inszenierung des Scheins – Essay-Montage*. Suhrkamp, Frankfurt 1992.
- Paper, Jordan: *Mediumism throughout History and around the Globe*. In: Moreman, Christopher M. (Hg.): *The Spiritualist Movement – Speaking with the Dead in America and around the World [Vol. 1: American Origins*

- and *Global Proliferation*]. Praeger, Santa Barbara/Denver/Oxford 2013, S. 3–18.
- Pfahl, Julia: *Der Körper als Bühne des Selbst – Zur Theatralität des Körpers in ästhetischer und kulturanthropologischer Perspektive*. In: Schneider, Martin/Diehl, Marc (Hg.): *Gender, Queer und Fetisch – Konstruktionen von Identität und Begehren*. Männerschwamm Verlag, Hamburg 2011, S. 30–53.
  - Quah, Denny T.: *Increasingly Weightless Economies*. In: *Bank of England Quarterly Bulletin*. Februar (1997), S. 49–56.
  - Rau, Harald: *Die digitale Herausforderung: Entmaterialisierung meint mehr als nur Entstofflichung – ein Essay*. In: Ders. (Hg.): *Digitale Dämmerung – Die Entmaterialisierung der Medienwirtschaft*. Nomos, Baden-Baden 2014, S. 15–40.
  - Schüttpelz, Erhard: *Mediumismus und moderne Medien – Die Prüfung des europäischen Medienbegriffs*. In: *Deutsche Vierteljahrsschrift für Literaturwissenschaft und Geistesgeschichte*. Vol. 86, Nr. 1 (2012), S. 121–144.
  - Shannon, Claude: *A Mathematical Theory of Communication*. In: *Bell System Technical Journal*. Vol. 27 (1948), S. 379–423 und S. 623–656.
  - Sommer, Christoph/Rimscha, M. Bjørn: *Jenseits von traditionellen Mediengattungen – Die transmediale Angebotsmatrix*. In: Rau, Harald (Hg.): *Digitale Dämmerung – Die Entmaterialisierung der Medienwirtschaft*. Nomos, Baden-Baden 2014, S. 247–265.
  - Tromershausen, Anke: *Medienorganisationen im Wandel: Zur theoretischen Fundierung einer Re-Materialisierung von Kommunikation und Organisation*. In: Rau, Harald (Hg.): *Digitale Dämmerung – Die Entmaterialisierung der Medienwirtschaft*. Nomos, Baden-Baden 2014, S. 59–76.
  - Weber, Max: *Wissenschaft als Beruf*. Reclam, Stuttgart 1995 [1919].
  - Weisberg, Barbara: *Talking to the Dead – Kate and Maggie Fox and the Rise of Spiritualism*. HarperCollins, New York 2004.
  - Wolf, Hellmuth: *Nachrichtenübertragung*. Springer, Berlin/Heidelberg/New York 1974.

## INFORMATIONSBLATT

---

Autor(Innen):	Anil K. Jain
Titel:	Medien
Untertitel:	Die Geister, die ich rief ...
Jahr der Abfassung:	2015
Version/Aktualisierungsdatum:	02/01/2017
Originaler Download-Link:	<a href="http://www.power-xs.net/jain/pub/medien.pdf">http://www.power-xs.net/jain/pub/medien.pdf</a>
Erste Druckveröffentlichung:	–

Wer Passagen dieses Textes zitieren will, möchte bitte, auch falls eine Druckveröffentlichung vorhanden sein sollte, die PDF-Version als Grundlage verwenden (Version/Aktualisierungsdatum angeben), da die PDF-Version umfangreicher und/oder aktualisiert und korrigiert sein könnte.

Weitere Texte von Anil K. Jain sowie weitere Informationen unter:

<http://www.power-xs.net/jain/>

E-Mail-Kontakt: [jain@power-xs.net](mailto:jain@power-xs.net)

Rückmeldungen sind willkommen! (Aber ohne Antwort-Garantie)

### NUTZUNGSBEDINGUNGEN:

Wissen soll frei sein! Bitte zögern Sie deshalb nicht, diesen Text in beliebigen Formen für private oder akademische Zwecke zu vervielfältigen und zu verteilen. Anstatt jedoch den Text an anderer Stelle zum Download zur Verfügung zu stellen, sollte – so lange sie existiert – besser zur originalen Download-Adresse verlinkt werden (siehe oben), um genaue Informationen über die Gesamtzahl der Downloads zu erhalten. Im Fall einer nicht-kommerziellen Druckveröffentlichung bitte die Publikationsdaten an den/die Autor(Innen) melden.

Jegliche kommerzielle Verwendung ist ohne die vorherige ausdrückliche Genehmigung durch den Autor/die AutorInnen strengstens untersagt. Als kommerzielle Verwendung gilt jegliche Art der Publikation und Redistribution, die die Erhebung von Gebühren irgendwelcher Art oder die Zahlung von Geld (oder Geld-Äquivalenten) impliziert und/oder zu Werbezwecken dient.

Der Text darf in keinem Fall ohne Genehmigung in irgend einer Weise verändert werden. Informationen über die Autorenschaft und, falls zutreffend, über bestehende Druckveröffentlichungen dürfen nicht entfernt oder verändert werden.