

»The Extensions of Man« //

Von der Entdeckung der Medien als Erweiterung unserer Sinne

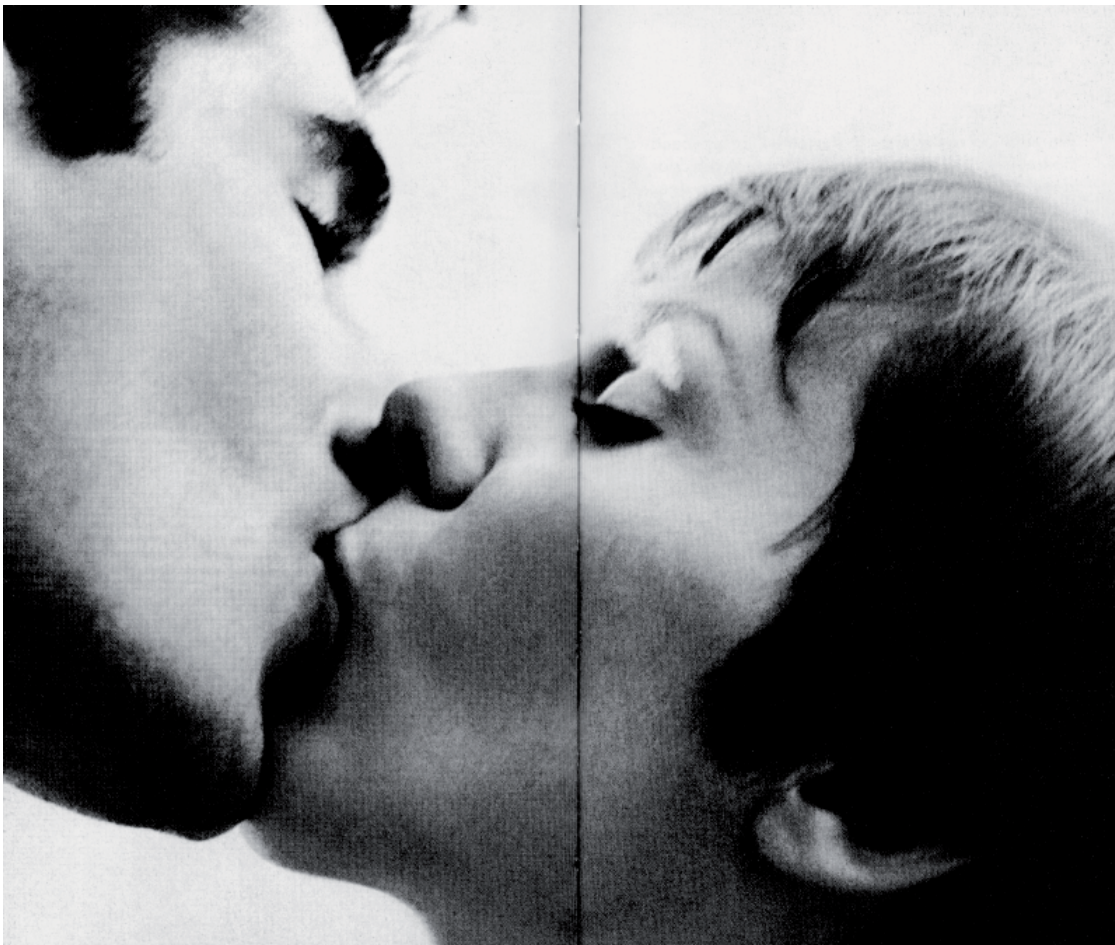


Abb. 1: Mit den Augen von McLuhan ertasten wir die Sinne zwischen Bildern und Begriffen

Marshall McLuhan war ein Denker, der die Medientheorie erfand: Ohne ihn keine derartige Theorie. In diesem Essay soll es daher auch darum gehen, diese eigentümliche Art von Theorie skizzenartig vorzustellen. Zum einen wird das anhand des berühmten Satzes »Das Medium ist die Botschaft« geschehen. Zum anderen, und das möchte ich hier besonders hervorheben, war für McLuhan das analogische Denken charakteristisch. Also jenes Denken, das über Vergleiche vollzogen wird, assoziativ, auch zuweilen spontan durch Gefühle angetrieben, eher sinnlich wahrnehmend. So bekommt auch die Idee der Medien als »Erweiterung der menschliche Sinne« eine ganz andere Bedeutung. Botschaften, die z.B. über das Fernsehen dargeboten werden, sind anders aufbereitet als jene, die wir über Bücher vermittelt bekommen. Die Konsequenz: Eine veränderte Wahrnehmungsweise. Das schlägt sich auch auf das Schreiben und die Rezeption eines Buches nieder. McLuhan lesen, heißt deshalb auch die Welt der Medien »mit anderen Augen zu ertasten«, also in Brüchen, Paradoxien und Metaphern wahrzunehmen.

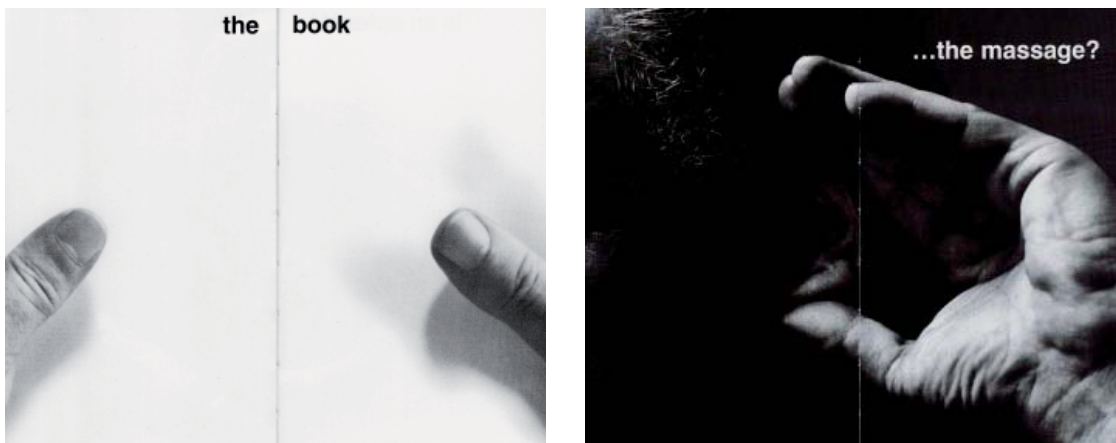


Abb. 2,3: Das Buch ist als analoges Medium nicht von seiner Materialität wegzudenken. Gegenüber den Leseaktivitäten am Computer-Bildschirm scheinen Bücher einfach sinnlicher zu sein. »Ich liebe nun mal (...) das Rascheln, das Anfassen, das Angucken.« Also die spezifischen haptischen Qualitäten. Aber nicht nur das: Mit der »Massage«, also der Stimulierung, die von einem Medium wie dem Buch ausgehen kann, wird das Rascheln, das Anfassen und das Angucken noch um die akustischen Eindrücke erweitert, die Sprache als Hallraum erklingen lassen. Für McLuhan war diese akustische Erfahrung immens wichtig, steht sie doch in einer intensiven Beziehung zur Rhetorik und klassischen Grammatik. In dem großen Poem »The Waste Land« von T. S. Eliot wird diese akustische Dimension auf plastische Weise erfahrbar gemacht: »Aus solchem Chaos, Misch-Potpourri, Was sonst erwartet uns als Poesie? Wird nachts ihr Hirn mit Schlafentzug gequält, Bleibt ihr nur Versschreiben oder Schafzählen.«



Abb. 4: Das Buch ... eine Massage? ... ist eine Erweiterung des Auges ... Zunächst scheinen diese einzelnen Ausschnitte nur wenig Sinn zu ergeben. Das ist aber nur dann der Fall, wenn wir sie rein logisch betrachten. Bei näherem Blick bekommen solche Sätze eine ganz andere Bedeutung, wenn wir einfach die Perspektive wechseln. Statt analytisch sollten wir an dieser Stelle besser metaphorisch denken und nicht alles wortwörtlich nehmen. Nur auf diese Weise können wir auch besser verstehen, was McLuhan mit solchen Sätzen wie »Fernsehen sei eher taktil als visuell« eigentlich hervorheben wollte. »Taktile« – damit ist der Tastsinn angesprochen, die Fähigkeit lebender Wesen, Berührungen wahrzunehmen. McLuhan bezog sich dabei allerdings auf eine mittelalterliche Wahrnehmungslehre, in der die Sinne als Vermittler auftraten. Jeder Sinn steht auf der Grundlage dieser Lehre in einer sehr empfindlichen Balance zur äußeren Welt. Als »taktile« kann hier also jene Schnittstelle bezeichnet werden, die zwischen der äußeren Welt und der Koordination unserer Sinne fungiert. Ist diese erst einmal aus dem Gleichgewicht gebracht, kann unsere Wahrnehmung auch dementsprechend ins Wanken geraten. Fernsehen ist also nach McLuhan zufolge deshalb auch eher als »taktile« zu verorten, weil es in der Erweiterung unserer Sinne für eine zusätzliche Koordination sorgt. Der umgekehrte Fall – die Desorientierung – ist dabei selbstverständlich auch vorstellbar. Ein Beispiel dazu stammt aus dem Film »Clockwork Orange« von Stanley Kubrick. Durch ständige Konfrontation des Patienten mit Gewaltszenen aus Filmen in Kombination mit einem verabreichten Serum, welches extremes Unwohlsein und Schmerzen auslöst, sollen Gewalt und kriminelles Handeln mit der negativen Wirkung des Serums assoziiert werden. Diese Konditionierung soll den Patienten zukünftig davon abhalten, Gewalt auszuüben. Dieses Beispiel verdeutlicht, wie stark unsere Sinne von Medien beeinträchtigt werden können.

Interessanterweise gilt das auch für die Verwendung von Metaphern innerhalb der Sprache. Es ist nicht so, dass Metaphern keinen Einfluss auf unsere Handlungen im Alltag ausüben; Metaphern sind kein rein sprachliches Phänomen – »also eine Frage der Worte und nicht des Denkens oder Handelns (...) Aus diesem Grunde glauben die meisten Menschen, sehr gut ohne Metaphern auskommen zu können. Wir haben dagegen festgestellt, dass die Metapher unser Alltagsleben durchdringt, und zwar nicht nur unsere Sprache, sondern auch unser Denken und Handeln.« Vermutlich lässt sich damit auch ansatzweise erklären, warum Nietzsche als analogischer Denker zunehmend in einen Sog geriet, von dem er sich nicht mehr erholte, der also von den Metaphern über Umwege in den Wahnsinn mündete. Was für McLuhan gilt, gilt auch auf besondere Weise für Nietzsche: Seine Philosophie ist rein analytisch nicht erschließbar. Sie kann nur wahrnehmend, also vor allem über Metaphern und assoziatives Driften ansatzweise erfahren werden. Und noch eine weitere wesentliche Idee ist damit verknüpft: nämlich die Einsicht, dass Sprache stets auch als Mittler fungiert. Über die sprachlichen Bilder und ihren akustischen Nachhall in der Ausbildung von eigenen rhythmischen Strukturen bekommen wir eine Ahnung davon, was es bedeutet, dass in unserem Gehirn alle Sinne gleichrangig als Informationen verarbeitet werden. »Ein Nervenreiz, zuerst übertragen in ein Bild! Erste Metapher. Das Bild wird nachgeformt zu einem Laut! Zweite Metapher. Und jedesmal vollständiges Überspringen der Sphäre, mitten hinein in eine ganz andere und neue.«

Beginnen wir anekdotenhaft. Für McLuhan waren Anekdoten genauso wie Witze wichtige Bestandteile seines Denkens. Beide – sowohl Anekdoten als auch Witze – dienen zur Auflockerung. Außerdem stimmen sie das Publikum – z.B. in der Form eines mündlichen Vortrags – quasi als kleinere Übungseinheiten verpackt –, auf das assoziative Denken ein. Mehr bildhaft und locker vorgetragen, weniger streng logisch konstruiert. Bevor McLuhan bei seinen Vorträgen so richtig in Fahrt geriet, erzählte er so zumeist einen Stapel Witze. Die Witze dazu kamen von überall her. McLuhan sammelte sie aus Zeitungen und Magazinen. Erstaunlicherweise blieb es aber nicht dabei: Von Gerald Feigen erhielt er z.B. über 2500 Witze, die er sogar mit Querverweisen untereinander versah. Und als wäre das noch nicht genug, schrieb er sogar gelegentlich den Astronauten Alan Shepard an und bat ihn darum, ihm jeden guten Witz zukommen zu lassen, der bei der NASA bereits die Runde gemacht hatte.

Das führt uns von einem logischen Standpunkt aus betrachtet auch schon zu einem typischen McLuhan-Problem und damit zur Eigenart des analogischen Denkens. Wie auch der Witz zeichnet sich diese Art des Denkens gerade dadurch aus, dass sie eben nicht immer logisch in sich schlüssig wirkt, also auch Ungereimtheiten und Widersprüche in sich birgt.

Außerdem war McLuhan mehr ein großer Redner und weniger ein begnadeter Schreiberling. »Er jonglierte mit Ideen wie ein Zirkuskünstler. Man wußte nie, ob er es ernst meinte oder nicht. Seine Devise lautete: Wenn sowieso niemand etwas genau wissen kann, spielt man eben mit so vielen Ideen wie möglich – und wer weiß, vielleicht bewahrheiten sich ja einige von ihnen.« Auf der Seite des Publikums führte das bei Vorträgen gelegentlich auch zu einem logischen Eklat. »Nach einer Rede, die McLuhan 1958 im Hart House, dem Sport- und Freizeitzentrum der University of Toronto gehalten hatte, erhob sich ein Student und rechnete McLuhan vor, er habe sich

in einer halben Stunde einundzwanzig Mal selber widersprochen. McLuhan soll in seinem typisch belustigt-herablassenden Ton geantwortet haben, diese Beobachtung sei bloß das Ergebnis der linearen Denkgewohnheiten des Studenten.«

Warum sich das Mündliche nicht ins Schriftliche übertragen läßt

Eine andere Episode verweist auf die Differenz, die zwischen mündlicher und schriftlicher Kultur noch immer zu beobachten ist. Da McLuhan die mündliche Rede über alles schätzte und seine Redebeiträge schon an sich häufig einen Essay ergeben hätten, wenn man diese nur aufgenommen und verschriftlicht hätte, suchte McLuhan beinahe sein ganzes Leben lang nach den passenden Mitteln, diese mündliche Kulturform auch mittels einer adäquaten schriftbasierten Methode zum Ausdruck zu bringen. Vergewärtigen wir uns doch einmal dieses Bestreben: Ein Denker steht da auf der Bühne, dessen Ideen, Anekdoten, Witze, Geschichten und Vergleiche nicht linear erfolgen, sondern in Sprüngen präsentiert werden; fortwährend angereichert durch weitere Assoziationen und Querverweise. Jeder Gedanke bildet nur eine kleine erzählerische Einheit, die von den vielen verwendeten Metaphern in teilweise auch nicht immer vorhersehbare Richtungen aufgeschäumt wird.

Und dann wäre da noch dieser eigene McLuhan-Stil zu nennen. Mit einem Begriff: Verdichtung. Da McLuhan sich nicht für Detailschilderungen interessierte; ja sogar konventionelle Gelehrtenmonographien verabscheute, und statt dessen sein Augenmerk auf die Verbindung von Ideen richtete, entwickelte er so mit der Zeit einen besonderen Stil, der sich eben durch Verdichtung auszeichnete.

Was mündlich zu begeistern wußte, trug jedoch in schriftlicher Form nicht unbedingt zur höheren Anschauung bei. McLuhan versuchte nämlich auf engstem Raum so viele Ideen wie möglich zusammenzupacken. Mit dem Ergebnis, dass viele seiner Aufsätze beinahe so wirkten wie ein komprimiertes Buch und häufig kaum lesbar erschienen.

Die Krux ist aber dabei der lineare Hintergrund, der uns häufig vergessen läßt, dass wir die Dinge, die uns innerhalb eines Buches präsentiert werden, auch anders wahrnehmen können, also weniger linear, punktuell ausgerichtet, von dem einen Sinnabschnitt schon wieder zum nächsten laufend.

Natürlich können wir diesem Schema nicht gänzlich entfliehen. Es fängt auf einer Seite an und hört auch wieder auf einer anderen auf. Die in Worten und Sätze eingeschriebenen Gedanken unterziehen sich diesem Strom. Aber als die Dinge, die angesprochen werden, können sie auch in anderer Form auf der Oberfläche erscheinen. Wie in Kunst & Design: Alles gehört dazu. Jedes Ding steigt plötzlich an die Oberfläche und beansprucht unsere Aufmerksamkeit. »Das Denken muss dünn, filigran sein, zerbrechlich wie die Zerbrechlichkeit des aus dem Fenster gezogenen Glases.«

Das Denken muss dünn sein; opak. Nicht wie die Kutsche im Vordergrund scharf konturiert, während der Hintergrund nur die sekundäre Geige zu spielen scheint. Wie dieser soll auch die Kutsche verschwimmen samt Ross und Reiter. Oder die Sätze, die zunächst unsere Aufmerksamkeit beanspruchen, wiederholen sich einfach unzählige Male, bis auch ihre aufdringliche Präsenz als solche erloschen ist. Die Werbung ist das passende Medium dazu. Und die Oberfläche wiederum, welche auch von der Werbung penetriert wird, kennt kein Erbarmen mit uns, denn sie behandelt alles und jeden einfach immer gleich. Also ist die Pfeife, die wir jetzt gerne anzünden würden, an sich keine Pfeife. Sie ist nur eine Darstellung, die auf der Oberfläche verschwimmt. Genauso wie der arme Malboromann.



Abb. 5: »Das Medium ist die Botschaft« und ihre weniger bekannte Auslegung, »derzufolge der Inhalt eines Mediums stets ein anderes Medium ist (...) So liegt es (...) auf der Hand, dass der populärste Inhalt von Fernsehsendungen der Spielfilm ist, der Inhalt dieses Spielfilms natürlich ein Roman, der Inhalt dieses Romans natürlich ein Typoskript, der Inhalt dieses Typoskripts usw. usw., bis man irgendwann wieder beim babylonischen Turm der Alltagssprachen anlangt.«

Marshall McLuhan versuchte also, seine »Gedankenfeuerwerke« auch im Medium des Buches zu zünden. Er war aber dabei nicht darauf aus, seine Texte auf bestimmte Aussagen hin festlegen zu wollen. »Meine Sätze sind lediglich Fühler oder Testsonden, mit denen ich mir meinen Weg durch unsere Welt ertaste.«

So richtig sollte ihm das aber in Buchform nicht gelingen. Viele seiner Bücher wurden von der Kritik zerrißen und auch seine Lektoren hatten allerlei Mühe, die lose Machart seiner Texte und Ideensammlungen für ein linearisiertes Werk als solche zu akzeptieren. Irgendwie widerstrebten McLuhans´ Ideen der schriftbasierten Dramaturgie eines Buches. Er ließ sich einfach nicht auf derartige Schemata ein. Sein Medium war die Bühne und nicht das Buch. Gegenüber einem Reporter beklagte sich McLuhan einmal, dass die Leute einfach nicht verstehen würden, in einer anderen Form zu lesen. »Diese Leute sind nicht in der Lage, das zu lesen, was sie vor sich haben (...) Aber wenn sie es lesen, verstehen sie es nicht. Das liegt nicht daran, dass alles, was ich schreibe, schwierig ist. Es passiert, glaube ich, folgendes: Das, was ich schreibe, verlangt von ihnen, ihre eigenen Vorstellungen neu zu ordnen.«

Theoriedialog 01: »Das Medium ist die Botschaft«

David: Was soll das bloß bedeuten, dieser höchst abstrakt anmutende Satz, dass das »Medium die Botschaft« sei bzw. die »Massage«?

Sonja: Das habe ich mich auch lange Zeit gefragt, weil ich den Satz einfach nicht so richtig kapiert habe. Man denkt ja immer so an diese geläufige Unterscheidung. Auf der einen Seite die Inhalte und auf der anderen Seite die Medien und die dazugehörige Technik. Der Computer wäre dann z.B. ein solches Medium, mit dem sich Dinge speichern, verarbeiten und vermitteln lassen. Aber das »Medium als Botschaft«?

David: Wie erklärst du dir das?

Sonja: Mittlerweile wesentlich mehr über die sinnliche Wahrnehmung und wesentlich weniger über die Technik, auch wenn diese natürlich auch unsere Sinne in einer gewissen Form erweitert, z.B. über das Fernglas. Jedes Medium wird anders wahrgenommen. Die Botschaft ist dann direkt mit dieser spezifischen Wahrnehmungsweise verknüpft und darauf konditioniert.

David: Was meinst du mit »Konditionierung«?

Sonja: Das Verliebtsein wäre ein Beispiel dazu. Wenn man verliebt ist, erscheint alles um einen herum in dieses eigensinnige Gefühl eingetaucht zu sein. Hochstimmung – egal wo wir uns auch gerade befinden mögen. Für externe Beobachter ein ziemlich seltsamer Zustand. Denn nur wer verliebt ist, ist auf diese Hochstimmung konditioniert. Das Medium ist die Botschaft. Der Philosoph Richard David Precht bemerkte außerdem in seinem neuen Buch »Liebe. Ein unordentliches Gefühl«, dass Verliebtsein, biochemisch gesehen, auf Kosten anderer Stoffe ausgelebt wird. Das heißt, wäre man ewig verliebt, würde man vollkommen verblöden.

David: Fällt dir noch ein anderes Beispiel ein außer das Verliebtsein?

Sonja: Ja, bei Manuel Castells bin ich neulich fündig geworden. Er bringt folgendes Beispiel: den Musiksender MTV und die musikalische Umgebung. Die Eigenschaften der Botschaft formen die Eigenschaften des Mediums. Wenn Teenager dann Teil dieser Botschaft sein sollen, wird die Umgebung darauf angepasst, und zwar nicht nur in bezug auf die Inhalte, sondern auch in der gesamten Organisation des Senders sowie in der Technologie und im Design. Und: Unterschiedliche Medien für unterschiedliche Botschaften.

David: Was meinst du damit?

Sonja: Ganz einfach. Nimm doch z.B. das Internet. Da sind ganz viele Botschaften und Sender mit im Spiel. Für jede spezifische Zielgruppe ist dort auch ein passendes Medium zu entdecken – mit einer darauf abgestimmten Botschaft. Stichwort »Nischenbildung«. Wenn da plötzlich so ein aufgeblasener Marketingfuzzi seine Botschaften in einer »Community« von Netzentwicklern verbreiten will, wird er wahrscheinlich Schiffbruch erleiden, weil sich diese nicht mit dem Medium vertragen. Andersherum erleben wir gerade im Netz eine Integration aller Botschaften in ein gemeinsames kognitives Raster. Aus der Perspektive dieses Supermediums tendieren dann alle Formate dazu, sich ihre Codes gegenseitig voneinander auszuborgen: Interaktive Bildungsprogramme sehen aus wie Videospiele; Nachrichtensendungen gerinnen zum Infotainment etc.

David: Was hat das mit einer »Massage« zu tun?

Sonja: Das Medium kann uns z.B. zum Nachdenken anregen oder bestimmte Handlungsweisen auslösen. Für jeden Typ gibt es daher auch ein passendes Medium. Sage mir, was du wahrnimmst, und ich sage dir, welche Botschaften du bevorzugst. Wie die Massage, die wir aufsuchen, um uns abzuregen, stimuliert zu werden oder einfach nur zu entspannen. Das Medium massiert unsere Wahrnehmung.

David: War der Begriff der »Massage« nicht ursprünglich ein Druckfehler?

Sonja: Ja, schon. Es sollte »Message« heißen und nicht »Massage«. Aber McLuhan gefiel dieser Begriff. Für ihn war ja klar, dass Medien eine spezifische Eigenlogik besitzen und dann kann es halt auch schon mal vorkommen, dass sich solche eigentlich nicht beabsichtigten Druckfehler einschleichen. Außerdem passte das auch gut zu dem typographischen Experiment, das den Rahmen zu diesem Druckfehler bildete. Das dazugehörige Buch wurde von dem McLuhan-Porträtisten Jerome Agel und dem erstklassigen Buchdesigner Quentin Fiore komponiert. Zu dem typographischen Experiment gehörte z.B. der Umgang mit Drucklettern, die teilweise einfach auf den Kopf gestellt wurden, gekippt oder gespiegelt. Daneben wäre auch das Verhältnis von Texten und Bildern zueinander hervorzuheben. Die Bilder illustrieren nicht die Texte; sie versuchen nicht die einzelnen Sprüche und Begriffe in einem 1:1 Verhältnis zu transportieren. So betrachtet ist auch bei diesem kleinen Büchlein das »Medium die Botschaft«: Mit Drucklettern, Bildern und Texten werden hier nämlich die Sinne erregt.

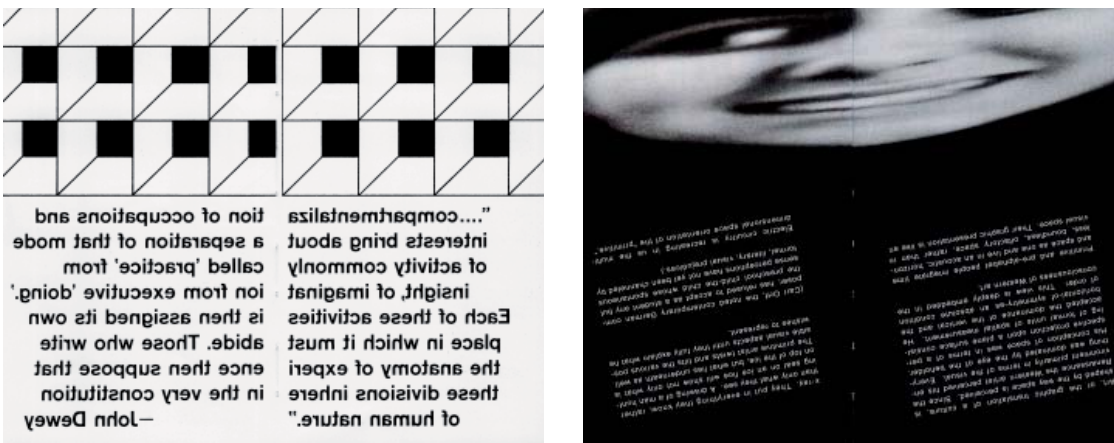


Abb. 6: Typographische Experimente mit Drucklettern

David: Mir fällt gerade noch auf, dass ja die Medien und ihre jeweiligen Botschaften auch einen historischen Kontext eröffnen. Wie würdest du das beschreiben?

Sonja: Lass uns doch dazu dieses wunderbare Beispiel aus dem Buch von Agel und Fiore benutzen. Wir sehen eine Postkutsche im inneren Rückspiegel unseres Wagens, oberhalb des Amaturenbretts. Gleichzeitig ist der Blick nach vorne gerichtet; mit dem Rücken der Zukunft zugewandt, wenn du so willst. Was ich damit sagen

will, ist einfach folgendes: Jedes neue Medium verändert sich erst mit der Zeit in seiner Gestalt. Zunächst sieht das Auto wie eine Postkutsche aus. Automobile zu Beginn des 20. Jahrhunderts. Und so ähnlich verhält es sich auch mit allen anderen Medien, also auch mit dem Internet. Stilistisch wird erst einmal auf ein früheres mediales Stadium zurückgegriffen, das als Vorlage dient. Internetseiten sehen dann so aus wie Bücher. Die Ordnung von Texten und Bildern zueinander erinnert in solchen Fällen eher an eine Tageszeitung als ein eigenes Medium. Aber mit der Zeit sind auch dort einzelne Dinge wahrnehmbar, die so vorher noch nicht in Erscheinung traten, z.B. die Verweisstruktur. Das ist im Print-Bereich so nicht machbar. Das zeugt von einer spezifischen Eigenlogik des Netzes, die sich evolutionär herauskristallisiert hat. Und obwohl das so ist, kannst du häufig auch Seiten im Netz entdecken, die z.B. so gemacht sind wie ein Magazin. Die Eigenlogik wird einfach außen vor gelassen. Man versucht ein Medium in ein anderes zu übertragen, was diesem aber nicht wirklich gerecht wird. Wie in der Liebe: Akzeptiere den anderen so, wie du selber nicht bist. Differenzorientiert.

Literatur und Bildquellen

Marshall McLuhan/Quentin Fiore: the medium is the Massage. Produced by Jerome Agel, New York 1967.

Edward de Bono: Lateral Thinking, London 1970.

Leseverhalten in Deutschland im neuen Jahrtausend. Eine Studie der Stiftung Lesen, Hamburg 2001.

Philip Marchand: Biographie Marshall McLuhan, Stuttgart 1999.

Manuel Castells: Das Informationszeitalter. Teil1: Der Aufstieg der Netzwerkgesellschaft, Opladen 2001.

Durs Grünbein über die deutsche Übersetzung von dem modernen Poem schlechthin – »The Waste Land« von T.S. Eliot. In: Die Zeit Literatur. Oktober/November 2008, S.46. Siehe dazu außerdem die Neuveröffentlichung dieses lyrischen Meilensteins: T.S. Eliot: The Waste Land. Das öde Land, Frankfurt a.M. 2008.

Friedrich Kittler: Optische Medien, Berlin 2002.

Zygmunt Haupt: Vorhut, Frankfurt a.M. 2007.

Internet

Friedrich Nietzsche: Über Wahrheit und Lüge im außermoralischen Sinne, Fragment aus dem Nachlaß von 1873, abrufbar unter folgenden Quelle: <http://www.textlog.de/nietzsche_wahrheit.html> [12.06.06].

Dirk Baecker: Ein bewegliches Heer von Metaphern. Überlegungen zur Aktualität Friedrich Nietzsches im Jahr seines 100. Todestages, abrufbar unter: <<http://www.freitag.de/2000/23/00231301.htm>> [12.06.06].

Abb. 1: Bei diesem Motiv handelt es sich um eingescanntes und leicht nachbearbeitetes Bild.

Siehe dazu: Marshall McLuhan/Quentin Fiore: the medium is the Massage. Produced by Jerome Agel, New York 1967, S.98-99.

Abb. 2,3: Marshall McLuhan/Quentin Fiore: the medium is the Massage, a.a.O., S.34-35 und S.4-5.

Abb. 4: the medium is the Massage, S.36-37.

Abb. 5: the medium is the Massage Massage, S.74-75.

Abb. 6,7: the medium is the Massage Massage, S.54-55 und S.56-57.