

Manfred L. Pirner / Matthias Rath

Einführung

In: Pirner, L. Manfred / Rath, Matthias (Hrsg.): *Homo medialis. Perspektiven und Probleme einer Anthropologie der Medien*, München 2003.

Medienanthropologie ist en vogue. Reader, Sammelbände (wie dieser) und Themenhefte der Fachzeitschriften wenden sich seit geraumer Zeit diesem Thema zu. Und das kann auch nicht verwundern: Angesichts der rasant zunehmenden Bedeutung der elektronischen Medien für Individuum und Gesellschaft stellt sich verschärft die Frage nach grundlegenden, tragfähigen und für verantwortungsvolles Handeln hilfreichen Deutungen des Verhältnisses von Mensch und Medium.

Doch anthropologischen Reflexionen ist, wo sie über biologistische Verkürzung hinausgehen, eine interessante Dynamik eigen: Die Theorie schlägt auf die Praxis durch, zumindest die Praxis derjenigen Person, die diese jeweilige Theorie formuliert. Denn als Mensch, der ich nun einmal bin, kann ich mich den Postulaten über den medialen Menschen nur schwerlich selbst entziehen. Entweder bin ich nicht medial „infiiziert“, dann weiß ich nicht, worüber ich spreche, oder aber ich stehe mitten in der medialen Welt, dann bin ich ebenso Subjekt wie Objekt meiner Theorie. So gesehen laufen alle Anthropologien und eben auch die Medienanthropologie Gefahr, zur Projektionsfläche eigener (Medien-)Phantasien und Ängste zu werden: Entwickeln einerseits medieneuphorische Stimmen bereits die Vision der Perfektionierung des Menschen durch die Medien im Sinne einer Überwindung seiner leiblichen Hinfälligkeit und Sterblichkeit, so warnen andererseits medienkritische Geister vor der technizistischen Degradierung und Verdrängung des genuin Menschlichen. Es ist daher klug, wenn man denn die Polarisierung nicht gänzlich aufheben kann, sie durch die Breite der vorgestellten Positionen und fachlichen Zugänge zu relativieren. Diese Breite will der vorliegende Band bieten.

Im ersten Teil zu den **Grundlagen** einer Medienanthropologie liefert MATTHIAS RATH einen Beitrag zu den Vor- und Grundfragen einer solchen. In Auseinandersetzung mit zentralen klassischen Menschenbildern filtert er solche Aspekte heraus, die für eine (Medien-)Ethik sinnvoll und fruchtbar sein können. Nach einer Kritik des homo oeconomicus und des homo sociologicus fokussiert Rath auf die Einsicht, dass der Mensch über ein „Selbstverständnis“ verfüge, also über die hermeneutische Fähigkeit, sich selbst und seine Welt zu verstehen und auszulegen. Nach Ernst Cassirer könne und mache der Mensch dies immer im „Medium“ symbolischer Formen. In einem gewissen aporetischen Zirkelschluss lässt sich somit sagen, dass jede Anthropologie – auch die Bestimmung des Menschen als animal symbolicum – selbst ein symbolisches (selbstreferentielles) Konstrukt des Menschen sei. Gerade hinter diese

Einsicht aber gibt es kein Zurück mehr, womit die Grenzen einer Medienanthropologie deutlich würden.

Für MANFRED FASSLER stellen sich in der beginnenden Systematisierung des Bild-, Zeichen- und Zahlensinnes und deren In-Dienstnahme für ein entstehendes Geschichtsdenken und für eine entstehende Philosophie allgemein menschliche Notwendigkeiten und Fähigkeiten dar. Diese Notwendigkeiten bestünden darin, die andauernden sinnlichen Eindrücke in lebens- und überlebensorientiertes Gruppenverhalten zu übersetzen, also zu signalisieren, zu kommunizieren, zu koordinieren, zu kultivieren. Näherin bestehe eine solche Kultivierung dann darin, Zeichen-Kulturen 1. Ordnung in solche der 2. Ordnung zu überführen, in Sprachen der Selbstbeobachtung, der Selbstdarstellung, des Selbstentwurfes. Von diesen Grundlagen her bestimmt Fassler sein Konzept einer kulturanthropologisch sich verstehenden Medienanthropologie: Sie suche Wege, die Entwicklungen in der Selbstorganisation unterschiedlicher menschlicher Kulturen zu beschreiben. Sie tue dies aus dem Verständnis heraus, dass sich der Mensch durch die von ihm erfundenen, entwickelten, eingesetzten und gebrauchten komplexen Systeme stets veränderte Anthropologien erzeugt.

Ausgehend von einer Bestandsaufnahme der Anthropologie als interdisziplinärem Projekt wendet sich WOLFGANG WUNDEN der zentralen (philosophischen) Frage zu, wie kreative Eigentätigkeit und soziale Orientierung des „animal symbolicum“ (Cassirer) ineinander greifen. Unter Rückgriff auf die christlich-theologische Schöpfungstradition bestimmt Wunden eine ursprüngliche schöpferische Fähigkeit des Menschen („creatio“) als anthropologisch grundlegend, die nicht nur jeder kreativen Tätigkeit, sondern auch bereits jeder menschlichen Wahrnehmung voraus liegt. Als ebenso konstitutiv für das Menschsein stellt Wunden das Prinzip des wechselseitigen Austauschs („commercium“) heraus, das grundlegend für soziale Verständigungsprozesse ist. (Jede) Kommunikation lässt sich nun verstehen als von einem Zusammenwirken von creatio und commercium bestimmtes Geschehen: Individuell-einmalige Bedeutungskonstitution und interindividueller Bedeutungsaustausch erweisen sich als vielfach aufeinander bezogene Seiten einer Medaille. Von dieser Neubestimmung von Kommunikation aus zieht Wunden erhellende Konsequenzen für die Medienpädagogik und profiliert sein Konzept abschließend in produktiver Auseinandersetzung mit Friedrich Nietzsche.

Mit einem kenntnisreichen und anregenden Überblick über wichtige Stationen menschheitlicher Medienentwicklung, Medientheorie-Entwicklung und der Anthropologie-Diskussion führt der Beitrag von HANS-DIETER KÜBLER in zentrale Grundaspekte und -fragen im Feld einer möglichen Medienanthropologie ein. Die als charakteristisch geltenden Wirkungen gegenwärtiger Medientechnologie auf menschliches Selbstverständnis – Entzeitlichung und Entterritorialisierung, Entkörperung und Virtualität sowie das Verschwinden der Wirklichkeit in der Simulation – werden in den Blick genommen, zugleich werden aber auch die Widersprüchlichkeiten der wissenschaft-

lichen Diskussion über sie deutlich gemacht. Angesichts dieser Widersprüchlichkeiten und der letztlich Nichtvorhersagbarkeit, ob und wie Digitalisierung, Vernetzung und Virtualisierung menschliches Dasein verändern, bleibt Kübler dem Unternehmen einer Medienanthropologie gegenüber skeptisch.

Unter der Rubrik **Perspektiven** folgen im zweiten Teil des vorliegenden Bandes vier Beiträge, welche eine Anthropologie der Medien aus der Sicht der Medienpädagogik sowie aus der Sicht der Theologie betrachten.

Für STEFAN AUFENANGER zeigt sich angesichts der rasanten (medien-)technologischen Entwicklungen die Notwendigkeit, die Frage nach dem Menschen andauernd neu zu bestimmen, und zwar als Frage nach dem technisch und medial *erweiterten* Menschen. Eine Medienanthropologie ist für Aufenanger weniger als neue Teildisziplin denkbar, sondern vielmehr als eine wichtige Perspektive aller Wissenschaften, die sich mit dem Verhältnis des Menschen zu den Medien befassen. Er weist darauf hin, dass es medienanthropologische Aspekte und Perspektiven bereits in verschiedenen kulturkritischen Ansätzen sowie in der philosophischen Anthropologie (er bezieht sich v. a. auf Plessner) gegeben hat, auf die zurück gegriffen werden kann. Für die Medienpädagogik sieht Aufenanger den Wert medienanthropologischer Fragestellungen v. a. in der bewussteren Reflexion der immer schon impliziten Menschenbilder sowie in einer produktiveren Verschränkung von Theorie und Empirie.

Nach DIETER SPANHEL ist für die Medienpädagogik eine anthropologische Betrachtungsweise von grundlegender Bedeutung, wobei gleichermaßen wichtig sei, dass die verschiedenen Einzeldisziplinen, die sich mit Medien beschäftigen, ihre jeweilige Perspektive in eine Anthropologie der Medien einbringen. Die Medienpädagogik habe sich in Spanhels Sicht bisher viel zu kurzatmig mit Fragen des Beziehungsverhältnisses zwischen Mensch und Medien befasst. Dabei sei die anthropologische Dimension, die sich aus den Funktionen des Zeichengebrauchs in den anthropologischen Grundverhältnissen des Menschen zur Welt, zum Mitmenschen und zu sich selbst ergibt, weitgehend außer acht gelassen worden. Eine zentrale anthropologische Fundierung der Medienpädagogik sieht Spanhel in der Tatsache, dass Medienentwicklung (im weitesten Sinne) nur durch Lernen und Erziehen möglich ist: Der Mensch müsse auf der anthropologischen Grundlage der Fähigkeit zum Zeichengebrauch die Kompetenzen selbständig ausbilden, die es ihm ermöglichen, die Chancen der Medien für ein neues Menschsein zu nutzen und ihre Gefahren und Probleme zu überwinden. Dabei sei er auf vielfältige pädagogische Hilfestellungen angewiesen. Auf der anderen Seite müssten sich laut Spanhel die Erziehungswissenschaft und die Medienpädagogik der medialen Konstruiertheit aller pädagogischen Prozesse bewusst sein und sich verstärkt den Veränderungen im anthropologischen Grundverhältnis Mensch-Medien zuwenden sowie der Frage, wie sich damit die Basis allen pädagogischen Handelns verändert.

Aus theologischer Perspektive umreißt MANFRED L. PIRNER einige zentrale Aspekte, für die sich nach seiner Meinung aus der christlichen Tradition und der gegenwärtigen theologischen Diskussion ein vertieftes Verständnis der Medien und des Menschen gewinnen lassen. So lässt sich etwa aus der theologisch fundamentalen Unterscheidung zwischen Gott und Mensch bereits die letzte Unbestimmbarkeit des menschlichen „Wesens“ folgern. An dem biblischen „Medienverbot“ (bzw. Bilderverbot) lässt sich die Gefahr der Verobjektivierung und Verabsolutierung von – immer auch medial vermittelter – „Wirklichkeit“ schlechthin verdeutlichen, deren biblische Antwort – Multimedialität – auch für heutige Problemstellungen wegweisend sein kann. Auch für das Verhältnis von Medialität und Freiheit des Menschen sowie für die mythos- und ritualähnlichen Funktionen der modernen elektronischen Medien zeigt Pirner die hermeneutische, aber auch kritische Kraft einer religionstheoretisch-theologischen Sichtweise auf.

Indem er sich pointiert mit einem momentan vielzitierten Autor der Medientheorie und -historie auseinandersetzt, bereitet KLAAS HUIZING den Boden für seine Reflexion auf den Medien-Menschen aus der Sicht einer ästhetischen Theologie. Er verstehe die Theologie seit Paulus als eine erste Schrift-Wissenschaft, in der das Medium Schrift als „Eindrucksverstärker“ des Lebens Jesu verwendet werde. Deshalb ist die Ästhetische Theologie für Huizing eine „kritische Eindruckswissenschaft“. Umgekehrt habe die Theologie besondere Kompetenzen, die vielfältigen und oftmals sehr innovativen und anregenden Neuinszenierungen christlicher Überlieferungen in Kinofilmen, Videoclips und anderen Medien zu entdecken. Huizing verdeutlicht dies an einem der „Dogma“-Gruppe verpflichteten Film und entwickelt eine Theorie medialer „Gesten“, die parallel gesehen werden können zu christlichen „Güte-Gesten“. Über eine solche Kultur- und Medienhermeneutik hinaus geht es Huizing vor allem um die lebensweltliche Relevanz medial zitiertes, aus dem Repertoire der christlichen Tradition geschöpfter Gesten, ohne damit mediale Zitate gleich zu „re-christianisieren“.

Nach Grundlagen und Perspektiven werden im dritten Teil des vorliegenden Bandes **Konkretionen** vorgestellt, die anthropologische Reflexion als *work in process* deutlich werden lassen.

BOY HINRICHS widmet sich dem Menschenbild in populärkulturellen TV-Formaten. Ausgangspunkt ist für Hinrichs die lebensweltliche Dominanz des Körpers, wie sie sich in den Schlagworten „Körper-Kult“, „Fitness“, „Wellness“ u. a. niederschlägt, wie sie sich aber auch in der immer bewussteren und absichtsvollen Kreierung von „Kult-Körpern“ in den Medien und darüber hinaus zeigt. Für heutige Durchschnitts-Jugendliche sei beispielsweise längst selbstverständlich: „Körper machen Leute“; der Körper selbst wird zum modellierbaren Kultur-Produkt, den man nach Gusto (v. a. der Peer-Group) stylt. Vor diesem Hintergrund und mit einer durch die Cultural Studies geprägten Perspektive analysiert Hinrichs dann die Inszenierung der Körper in

TV Soap Operas wie z. B. „Gute Zeiten, schlechte Zeiten“ (GZSZ). Hier entdeckt er als wesentlichen Aspekt das Vorliegen einer Meta-Inszenierung: Inszeniert werde, wie ein Körper inszeniert wird. Die Kult-Körper inszeniere Körper-Kult in szenischer Konkretion. Im Kreislauf von Produktion, Präsentation und Rezeption – so lässt sich Hinrichs Fazit knapp zusammenfassen – entwickle sich das populärkulturelle Phänomen des Körper-Kults in höchst ambivalenter Weise (weiter).

CHRISTOF EHRRHART thematisiert die Realität handelnder Subjekte in der Medienwelt. Dabei nimmt er eine am homo oeconomicus und am homo sociologicus orientierte Analyseperspektive ein und stellt Modelle der unterschiedlichen Medien-Berufe bzw. Rollenfunktionen in der Medienwirtschaft vor. Anhand weniger grundlegend-elementaren Kategorien arbeitet er diese insgesamt neun Modelle im Sinne Weberscher Idealtypen heraus. Diese jedoch werden in einem Ausblick auf aktuelle Trends durch den dominanten Einfluss einzelner Faktoren mehr und mehr durch Hybride verdrängt, von denen Ehrhart beispielhaft auf drei Typen eingeht.

Ausgehend von der These einer zunehmenden Ökonomisierung und Kommerzialisierung konzentriert sich GERD BUSCHMANN nicht auf eine Theorie des medialen Menschenbilds sondern auf die Realität der medialen Vermittlung von Menschenbildern, hier exemplifiziert an aktueller Print-Werbung. In einer interessanten Parallele zu Hinrichs arbeitet er den Körperkult der Werbung als konstitutiv für ein Verständnis der medialen Idealbilder heraus. Sowohl Frauen (doch nicht nur sie) diskriminierender Sexismus wie auch Alltagsmachismo machten die werbemediale Kluft zwischen Sein und Haben deutlich. Eine allein an Zahlungsfähigkeit orientierte Zielgruppenbestimmung lenke zwar den Blick auf bislang eher randständige Segmente der Gesellschaft (Beispiele „Alte“), aber auch diese ökonomisch getriebene Offenheit sei paradox noch an den juvenilen Körperkult gebunden. Anhand einiger weiterer Beispiele (Kinder, Behinderte, Familie) verdeutlicht Buschmann die werbliche Idealkonstruktion menschlichen Seins. Thesenhaft macht er abschließend die Differenz zwischen theologischer Anthropologie und medialem Menschenbild deutlich.

Mit der Unterhaltung als einer für die gegenwärtige Medienkultur zentralen Kategorie beschäftigt sich MANFRED L. PIRNER in seinem zweiten Beitrag. Erst ein anthropologisch und kulturtheoretisch grundlegender Unterhaltungsbegriff ermögliche eine qualifizierte und differenzierte Beurteilung und Kritik der Medienunterhaltung, weil so Unterhaltung sowohl von den Grundbedürfnissen des Menschen als auch von ihrer kulturellen Bedingtheit her verstanden wird. Theologisch entfaltet Pirner einen solchen Unterhaltungsbegriff u. a. durch eine eigene Interpretation des christlichen Rechtfertigungsglaubens: Gott sorge für Unterhaltung, weil er – nach christlichem Glauben – den Unterhalt des menschlichen Lebens garantiert, auch in Leid und Tod. Das dadurch ermöglichte entlastete Leben könne als Ermöglichungsgrund für Unterhaltung betrachtet werden: Umgekehrt schwinde, so Pirner, in jeder Unter-

haltung unausgesprochen das Grundvertrauen mit, dass der eigene Lebens-Unterhalt garantiert ist, anders formuliert: dass das Leben sinnvoll und vertrauenswürdig ist – dies gelte auch für nicht-religiöse Menschen.

Schließlich wurde im Rahmen der Tagung die allein wissenschaftliche Herangehensweise selbst wieder gebrochen durch die beeindruckende **Performance** „Messenger: Moments of Man and Media“ der Theaterpädagogin GABRIELE CZERNY und der Literaturwissenschaftlerin und -didaktikerin GUDRUN MARCI-BOEHNCKE, die in der Verbindung Text, Theater, Film ein künstlerisches Pendant für die thematische Angebotspalette bot. Zumindest in reich bebilderten Reflexionen wird diese Performance auch im vorliegenden Band lebendig. Ausgehend von der Theaterpädagogik und ihrer Arbeitsweise erläutert GABRIELE CZERNY die Prinzipien ihrer Performance-Inszenierung. Dabei werde deutlich, dass es durch theatrale Verfremdung möglich sei, die Zeit-, Raum- und Präsenzerfahrung der Zuschauenden zu verändern und in einen erlebbaren Gegensatz zur medialen Zeitbeschleunigung zu setzen. In einer kurzen Darlegung der einzelnen Szenen verdeutlicht Czerny diesen Zugang und führt damit zugleich in die Praxis medienübergreifender Performance-Konstruktion ein.

Von einem mehr medienerzieherischen Standpunkt aus beleuchtet GUDRUN MARCI-BOEHNCKE die gemeinsame Konzeption der Performance. Ausgehend von einer symboltheoretisch begründeten Medienanthropologie charakterisiert sie die Brechung des rein abstrakten Zugangs zum Verhältnis von Mensch und Medien als „meta-multimedial-diskursiven Dialog“, der auch die emotionale Seite dieser Relation deutlich mache. Aufgabe der Medienerziehung im Rahmen einer der Theaterpädagogik verpflichteten Inszenierung sei die Förderung der Medienkompetenz sowohl der Spielenden als auch der Zuschauenden. In der Medialisierung medialer Angebote, also der doppelten Brechung von Realität, seien die unterschiedlichen semiotischen Genre der medialen Angebote kognitiv und emotional bearbeitbar gemacht worden. Szene für Szene stellt Marci-Boehncke diese semiotischen Reibungen heraus. In der fächerübergreifenden Projektarbeit sei, so Marci-Boehncke, ein didaktischer Drahtseilakt zwischen Planung und Spontaneität beschrritten worden.

Die Frage, wer oder was der Homo Medialis sei, ist, wen nimmt es wunder, auch nach dieser Tagung nicht beantwortet. Aber es wurde deutlich, dass Medienanthropologie ein interdisziplinäres Projekt ist und nicht nur dies, auch ein multiperspektivisches Unterfangen, zwischen Kunst und Wissenschaft, Theorie und Praxis, Kompetenz und Erziehung, *vita activa* und *vita contemplativa*, Realität und Virtualität ausgespannt. Die Tagung und der vorliegende Band zeigen u. E. darüber hinaus, dass es fruchtbar und lohnenswert ist, solchen interdisziplinären Austausch zu den anthropologischen Grundlagen der Medien weiter zu suchen und zu pflegen.