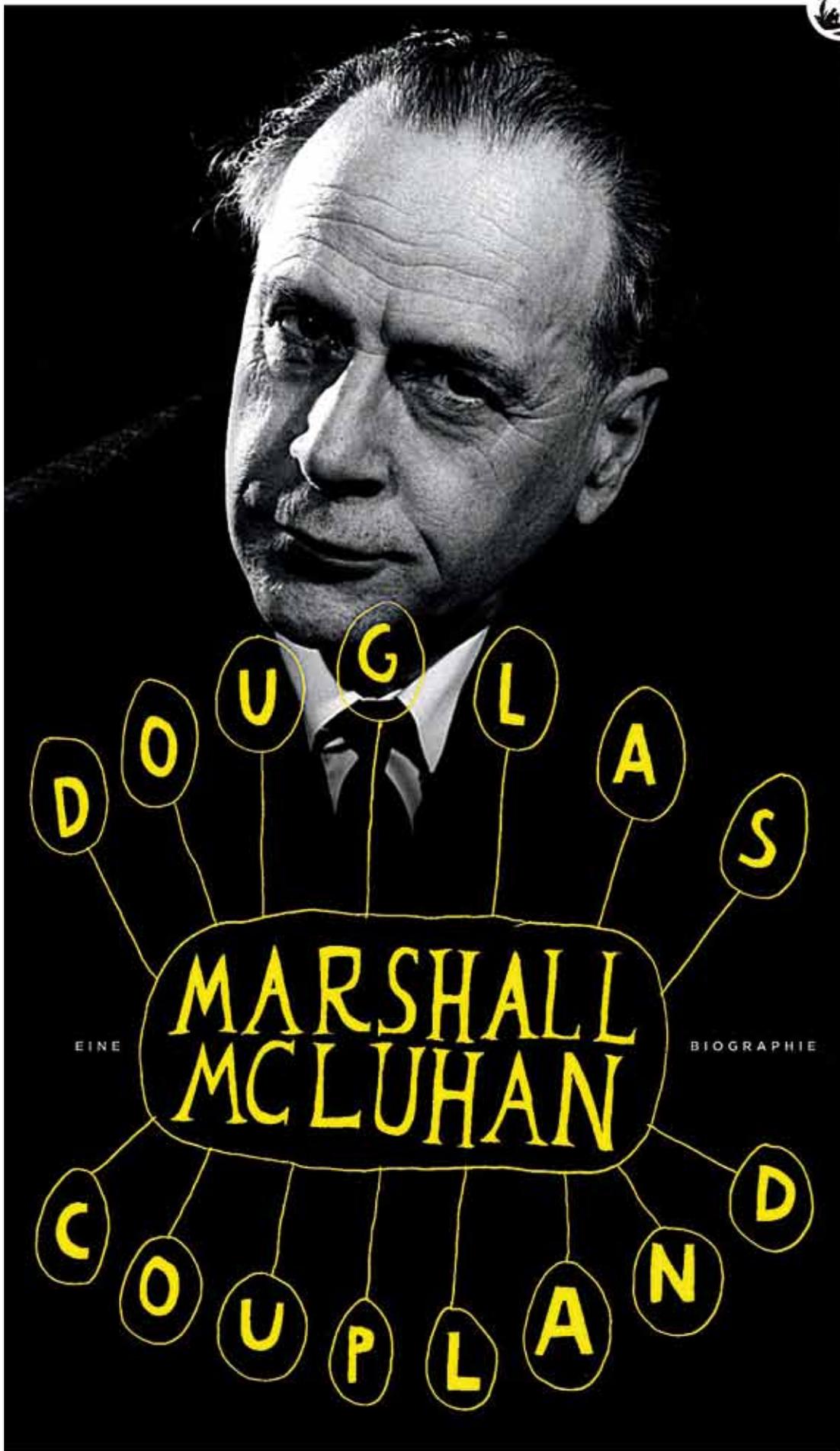


TROPEN



Marshall McLuhan:
eine Biographie. Von
Douglas Coupland
und Nicolai von
Schweder-Schreiner.
Erschienen bei
Klett-Cotta/Tropen.

BUCHCOVER: KLETT-COTTA-TROPEN

Zwischen Medium und Message: Marshall McLuhan

Er war der Meister der gestochenen Formulierung: Das „globale Dorf“ geht ebenso auf ihn zurück wie die „Gutenberg-Galaxis“, der Slogan „the medium is the message“ wurde genauso von ihm ersonnen wie „fünfzehn Minuten Ruhm“ („fifteen minutes of fame“), womit später der Aktionskünstler Andy Warhol hausieren ging. Der kanadische Medienwissenschaftler Marshall McLuhan war in den 60er- und 70er-Jahren beinahe eine Ikone des Wissenschaftsbetriebs. In diesem Jahr wäre er hundert Jahre alt geworden. Was ist aus seinen Theorien geworden?

Er war der vermutlich einzige Wissenschaftler des 20. Jahrhunderts, der es auch als eigene Person in einen Hollywood-Spielfilm geschafft hat. In Woody Allens bekannten Meisterwerk „Der Stadtneurotiker“ tritt Marshall McLuhan auf – als Marshall McLuhan. Ein eleganter Harvard-Snob will in der Warteschlange vor der Kinokasse eine junge Frau beeindrucken, indem er von den Theorien des berühmten McLuhan faselt. Da erscheint der Gelehrte selbst und spricht die legendären Worte: „You know nothing about my work.“ Und dann fährt der Film-McLuhan fort: „You mean my whole fallacy is wrong?“ In ihrer ironischen Volte ist die Bemerkung ein „echter McLuhan“: „Sie meinen, alle meine Irrtümer seien falsch?“

Punktgenauer lässt sich McLuhan und alles, was ihn ausmacht, nicht darstellen: Der Kampfesmut, es mit der gelehrten Welt aufzunehmen, die Akkuratesse, ganze Gedankengebäude in einem einzigen Satz zu platzieren, und die unbändige Lust auf die witzige Formulierung, das Bonmot. Das brachte ihm freilich auch die Kritik der akademischen Welt ein, die ihn häufig als unseriös darstellte. Die Unschärfe und mangelnde Klarheit in McLuhans Medientheorie rührt allerdings oftmals daher, dass eine Terminologie noch gar nicht vorhanden war: Der Kanadier betrat in vielen Wissensfeldern Neuland, und was heute Medienwissenschaft genannt wird, geht unter anderem auf ihn zurück. Auch das ein Grund, warum seine markanten Formulierungen um die Welt gehen konnten. Doch auch wenn das „Wired“-Magazin McLuhan die ersten zehn Jahre als Schutzheiligen im Impressum führte, taugt er als Prophet oder gar Apologet des Internetzeitalters mitnichten. Im Gegenteil war er einer der ersten Warner vor Digitalisierung und „information overload“. Um das zu verdeutlichen, müssen wir das McLuhan-Jahrhundert Revue passieren lassen.

Vom Prärie-Protestanten zum Cambridge-Katholiken

Marshall McLuhan wurde am 21. Juli 1911 in Edmonton (Alberta) als Sohn einer sehr dominanten und streng-protestantischen Mutter ge-

boren. Er studierte zunächst englische Literatur in seiner kanadischen Heimat und kam anschließend mittels eines Stipendiums, das, wie der Schriftsteller Douglas Coupland schrieb, „hoffnungsvollen Koloniebewohnern die Möglichkeit geben wollte, ihren Intellekt an einer britischen Universität zu schärfen“, nach Cambridge. Hier studierte er die Geistesgeschichte des Mittelalters und der Renaissance und begann seine Doktorarbeit über den frühneuzeitlichen Dichter Thomas Nashe und die mündliche Kunst. Der Gegensatz von Mündlichkeit und Schriftlichkeit wird fortan McLuhans wissenschaftliches Denken mitbestimmen. Einer von McLuhans künftigen Doktoranden, Walter J. Ong, wird später eines der Standardwerke zu dem Thema verfassen („Orality and Literacy“, New York 1982). In Cambridge beschließt McLuhan auch die Konversion zur römisch-katholischen Kirche. Am Katholizismus verehrte McLuhan die Rituale, die Kunst und den Formwillen, während Protestantismus für ihn nur karge Unterkünfte und das Fehlen von Hochkultur darstellte. Der italienische Semiotiker und Romancier Umberto Eco brachte das später, bereits medienwissenschaftlich inspiriert, auf den Punkt, als er den Personal Computer als evangelisch und Apple Macintosh als katholisch bezeichnete: „Der Macintosh ist katholisch: das Wesen der Offenbarung wird in einfachen Formeln und prachtvollen Ikonen abgehandelt. Jeder hat das Recht auf Erlösung.“ McLuhans ausgeprägter Konservatismus hat sicher mit dieser Religionswahl etwas zu tun. Als akademischer Lehrer wird er fast ausschließlich an katholischen Universitäten unterrichten.

Von Werbe-Ikonen und Medien-Ikonen

Erstmals für eine größere Öffentlichkeit wird McLuhan auffällig mit einem Buch, das, trotz all seines Konservativis-



Der Medientheoretiker Marshall McLuhan hat zahlreiche Bücher veröffentlicht – diese drei werden bei Gingko Press verlegt.

mus, mit den üblichen akademischen Usancen bricht. In „The Mechanical Bride. Folklore of Industrial Man“ (dt. „Die Mechanische Braut: Volkskultur des industriellen Menschen“, 1951) analysiert er Zeitungsartikel und Werbebotschaften und legt damit eine der ersten Untersuchungen zur Populärkultur vor: „Werbung ist ein Strip-tease-Environment für eine Welt des Überflusses.“ Allerdings nicht in Form eines durchgehenden akademischen Essays, sondern in Form von Text-Bild-Collagen. Das Buch kann in beliebiger Reihenfolge gelesen werden, McLuhan bezeichnete das als mosaikartige Art, ein Buch zu schreiben und aufzunehmen. Was daher kommt wie ein früher Reflex auf die Nonlinearität könnte aber, nach Meinung einiger McLuhan-Biografen, auch physiologische Gründe gehabt haben: Marshall McLuhan war in mehrfacher Hinsicht ein medizinisches Unikum. Sein Gehirn wurde nicht von einer, sondern von zwei Arterien mit frischem Blut versorgt: „Sein enormes strukturelles Reflexionsvermögen, seine Schlagfertigkeit und die rhetorische Klasse sind ohne diese Anatomie nicht denkbar“, schreibt Kilian Trotter in der „Zeit“. McLuhans Habitus als „zerstreuter Professor“ (wie Coupland schreibt, lebte er „umgeben von heillosem Durcheinander“) deutet auf andere psychopathologische Symptome hin: McLuhan litt womöglich an Autismus, wenn er sich auch vielleicht „am unauffälligen Ende des Autismusspektrums“ bewegte: „Marshall hasste es, angefasst oder versehentlich angestoßen zu werden, er hasste plötzlichen Lärm oder Störgeräusche, und er liebte Wörter, sie zu wiederholen, mit ihnen zu spielen“ (Coupland).

Der Erfolg des populären Buches brachte McLuhan die nicht unbeachtlichen Fördermittel der Ford Foundation ein, die letzten Endes zur Gründung des „Centre for Culture and Technology“ an der Universität Toronto führten. Die so geschaffenen Freiräume nutzte er für seine Beschäftigung mit den technologischen Grundlagen des modernen Menschen. In der Folge erschienen die zwei Bücher, die zu den Standardwerken der frühen Medienwissenschaften werden sollten: „The Gutenberg-Galaxis“ und „Understanding Media“ (dt.: „Die magischen Kanäle“).

Von der „Gutenberg-Galaxis“ ins „global village“

Marshall McLuhan stellt streifzugartig ein historisches Modell der medialen Entwicklung auf. Die voralphabetische frühe Stammesgesellschaft war noch geprägt durch mündlichen Austausch: Kommunikation erfolgte über akustische Reize und erforderte räumliche Nähe. Auch

nach Einführung des phonetischen Alphabets blieb die gesellschaftliche Kommunikation vornehmlich akustisch, was sich beispielsweise daran zeigte, dass lautes Lesen üblich war. Erst die Erfindung der Druckerpresse brachte die Vorherrschaft der visuellen über die mündliche Kultur. Die „Gutenberg-Galaxis“ geht erst ihrem Ende entgegen, seit elektronische Medien (womit McLuhan vornehmlich Hörfunk und Fernsehen meinte) die visuelle, individualistische Druckkultur ablösen und in eine Hör- und Sprechkultur zurückführen. Damit rückt die Menschheit wieder zusammen, wird wieder „stammesgebunden“: Herzlich willkommen im „globalen Dorf“! Apogetisch kann das nur finden, wer McLuhan nie im Originalton las. Tatsächlich war diese Rückwärtsbewegung für den konservativen McLuhan eine Horrorvision:

„Anstatt zu einer großen Alexandrinischen Bibliothek zu werden, ist die Welt zu einem Computer geworden, einem elektronischen Gehirn, genau wie kindliche Science-Fiction. Wie unsere Sinne außer uns getreten sind, kommt der Große Bruder hinein. Wenn wir uns dieser Dynamik nicht bewusst sind, verfallen wir plötzlich in eine Phase panischer Ängste, genau wie in einer kleinen Welt mit Stammestrommeln, totaler Abhängigkeit und überlagernder Koexistenz. [...] Furcht ist der Normalzustand jeder mündlichen Gesellschaft, da in ihr alles alles zugleich betrifft.“

„The medium is the message“

McLuhans Credo ist, dass neue Medientechnologien einen direkten Einfluss auf das Denken haben. Und dieser Effekt wiederum wirkt sich auf die soziale Organisation aus. Das ist auch mit jenem Slogan gemeint, mit dem McLuhans zweite große Studie, „Understanding Media“, berühmt wurde: „The medium is the message“. Die Bedeutung eines Mediums liegt nicht in seinem konkreten Inhalt, sondern in der Art und Weise, wie das Medium Einfluss auf die Gesellschaft nimmt: „Die Botschaft des Telefons ist nicht das, was die Leute sich am Telefon sagen, sondern das, was das Telefon für die Gesellschaft geleistet hat, ist die Botschaft des Telefons.“ Die vielleicht bittere Konsequenz: Kinderprogramm und Horrorvideo sind in dieser Hinsicht

gleichbedeutend, ihr konkreter Sachinhalt, Kuschelbären oder Killermonster, ist marginal im Vergleich zu der Weise, in der das Fernsehen als Medium die Gesellschaft verändert hat. Die physiologische Rückwirkung geschieht laut McLuhan deswegen, weil alle Technologien Ausdehnungen menschlicher Körpereigenschaften („extensions of man“) sind: Die Medien erweitern die Sinnesorgane, elektronische Medien erweitern das zentrale Nervensystem. Bei einem so weit gefassten Medienbegriff wird verständlich, warum McLuhan auch Straßen oder Autos für Medien hält. Wer heute „irgendwas mit Medien“ machen will, verhält sich McLuhan-mäßig: Denn zur Unbestimmtheit des Terminus „die Medien“ hat der Kanadier allemal beigetragen.

Sind wir nicht alle ein bisschen McLuhan?

Als McLuhans „Understanding media“ im Jahr 1968 ins Deutsche übertragen werden sollte, fingen die Probleme schon beim Titel an: Der Begriff „Medien“ war bis dahin im intellektuellen Diskurs der Bundesrepublik unüblich, man entschied sich darum für die heute eigentümlich anmutende Überschrift „Die magischen Kanäle“. Erst 1970 macht Hans Magnus Enzensberger in seinem im „Kursbuch“ veröffentlichten Essay „Baukasten zu einer Theorie der Medien“ den Terminus salonfähig. In der Folge waren es vor allem drei Schulen, die das Weiterleben des „Theorie-Gottes Marshall McLuhan“ (Nele Heinevetter auf Zeit-Online) sicherten.

Die französischen (Post-)Strukturalisten um Jacques Derrida kamen über ihre Beschäftigung mit der Zeichentheorie auf die Materialität des Zeichens und beschäftigten sich darum explizit mit technischen Medien. Die beiden Medienphilosophen Gilles Deleuze und Félix Guattari verwiesen in den 1970er-Jahren mit ihrer Schrift „Rhizom“ auf die netzwerkartige Struktur unseres Denkens und unserer Wissensorganisation und wurden damit zu Propheten des Internets. Der Vollständigkeit halber sei hier nicht verschwiegen, dass auch der Begriff des „Surfens“ auf McLuhan zurückgeht („Heidegger surf-boards along on the electronic wave as triumphantly as Descartes rode the

mechanical wave“). In Deutschland war es der Germanist und Medienwissenschaftler Friedrich Kittler, der mit seinem Buch „Grammophon Film Typewriter“ den Abschied von der Gutenberg-Galaxis zelebrierte. Getreu dem Nietzsche-Diktum „Unser Schreibzeug arbeitet mit an unseren Gedanken“ untersucht er den Einfluss technischer Medien auf den Inhalt: Die Hermeneutik als Kunst der Auslegung wird zur technischen Analyse. Norbert Bolz, der heute manchmal als Medienphilosoph durch die TV-Talkshows tingelt, hat von McLuhan nur das Raunen übernommen, ohne die Tiefe geerbt zu haben.

Der spanische Soziologe Manuel Castells hat in seinem dreibändigen Opus magnum „Das Informationszeitalter“ die Ära nach Gutenberg als „McLuhan Galaxis“ bezeichnet. Die Studie erschien zwischen 1996 und 1998 und damit zeitgleich mit der viralen Verbreitung des Internets, weswegen Castells gerade im Silicon Valley als neuer intellektueller Guru gefeiert wurde.

In den USA hat innerhalb der Kommunikationswissenschaft eine etwas handfestere Forschungsrichtung sich der Gedankengebäude McLuhans angenommen. Die in Deutschland nur wenig bekannte Schule der Medienökologie beschäftigt sich mit den gesellschaftlichen Auswirkungen des elektronischen Zeitalters. David L. Altheide hat in mehreren großen Studien die „kulturellen Formen gesellschaftlicher Kontrolle“ und den von ihm apostrophierten „Post-Journalismus“ untersucht. Populärer wurde Neil Postman mit seiner Streitschrift „Wir amüsieren uns zu Tode“, in der er insbesondere den Einfluss des Fernsehens kritisiert.

Den womöglich langlebigsten Einfluss hat Marshall McLuhan aber in all den Talentwettbewerben und Castingshows, die heute den globalen TV-Markt bestimmen. Wer da seine Haut zu Markte trägt, wird ja nicht in Benjamin'scher Manier vom Konsumenten zum Produzenten, sondern ist ein Medienopfer, das versucht, für die wenigen Minuten des eigenen Fernsehauftritts den Spieß umzudrehen und vom Opfer zum Täter zu werden. Marshall McLuhan sah dies voraus, wenn er proklamierte, dass im elektronischen Zeitalter jeder für einen kurzen Augenblick in den Fokus der Öffentlichkeit geraten könne: „fifteen minutes of fame“.

* Prof. Dr. Hektor Haarkötter lehrt Journalistik/Journalismus an der Macromedia Hochschule für Medien und Kommunikation in München.



FOTO: PRIVAT