

AP 13850 #466

Editorial

Medien sind nicht nur Mittel der Kommunikation und Information, sondern auch und vor allem Vermittlungen kultureller Selbst- und Fremdbilder. Sie prägen und verändern Konfigurationen des Wahrnehmens und Wissens, des Vorstellens und Darstellens. Im Spannungsfeld von Kulturgeschichte und Mediengeschichte artikuliert sich Medialität als offener Zwischenraum, in dem sich die Formen des Begehrens, Überlieferens und Gestaltens verschieben und Spuren in den jeweiligen Konstellationen von Macht und Medien, Sprache und Sprechen, Diskursen und Dispositiven hinterlassen.

Das Konzept der Reihe ist es, diese Spuren lesbar zu machen. Sie versammelt Fallanalysen und theoretische Studien – von den klassischen Bild-, Ton- und Textmedien bis zu den Formen und Formaten der zeitgenössischen Hybridkultur.

Die Reihe wird herausgegeben von Georg Christoph Tholen.

TILL A. HEILMANN, ANNE VON DER HEIDEN,
ANNA TUSCHLING (Hg.)
medias in res.

Medienkulturwissenschaftliche Positionen

[transcript]

Gedruckt mit Unterstützung der Kunstuniversität Linz und gefördert aus Mitteln der Stiftung Mercator der Mercator Forschergruppen an der Ruhr-Universität Bochum sowie aus Mitteln des Instituts für Medienwissenschaft der Universität Basel.

211/2011/3251

Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek

Die Deutsche Nationalbibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de> abrufbar.

© 2011 transcript Verlag, Bielefeld

Die Verwertung der Texte und Bilder ist ohne Zustimmung des Verlages urheberrechtswidrig und strafbar. Das gilt auch für Vervielfältigungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen und für die Verarbeitung mit elektronischen Systemen.

Umschlaggestaltung: Kordula Röckenhaus, Bielefeld

Umschlagabbildung: Alexander Partl, »Bild der Stadt«, 2009, 2-Kanal-Videoinstallation, Objekte, Foto © Anne von der Heiden
Lektorat: Till A. Heilmann, Anne von der Heiden, Anna Tuschling

Satz: Till A. Heilmann

Druck: Majuskel Medienproduktion GmbH, Wetzlar

ISBN 978-3-8376-1181-6

Gedruckt auf alterungsbeständigem Papier mit chlorfrei gebleichtem Zellstoff.

Besuchen Sie uns im Internet:
<http://www.transcript-verlag.de>

Bitte fordern Sie unser Gesamtverzeichnis und andere Broschüren an unter:
info@transcript-verlag.de

INHALT

Medias in res. Zur Einführung

ANNA TUSCHLING, TILL A. HEILMANN, ANNE VON DER HEIDEN

9

I MEDIALITÄT

Res medii. Von der Sache des Medialen

DIETER MERSCH

19

Die Sache des Inmitten

HANS-JOACHIM LENGER

39

Der Bote als Topos oder: Übertragung als eine medientheoretische Grundkonstellation

SYBILLE KRÄMER

53

Von der Auflösung der Medien in der Universalität der Medialität

RAINER LESCHKE

69

Kinematographie und Medialitätsphilosophie in Orson Welles' Film „Im Zeichen des Bösen“

LORENZ ENGELL

83

II ÄSTHETIK

„Io sono sempre vista“.

Das Unheimliche dies- und jenseits des Bildes

JOHANNES BINOTTO

97

**„Fülle des Wohllauts“. Zur Medialität des männlichen
Gesangskörpers im Musikfilm der 1930er Jahre**

URSULA VON KEITZ

113

**Der (leere) Raum zwischen Hören und Sehen:
Zu einem Theater ohne Schauspieler**

HELGA FINTER

127

**„All activity must occur within a given space“.
Dara Birnbaums taktische Züge im Feld der Visuellen Kultur**

SIGRID ADORF

139

**Vorbilder des Kinos. Die Familienzeitschriften des
19. Jahrhunderts als Dispositive der Sichtbarkeit**

KARL PRÜMM

163

Panoptikum im 21. Jahrhundert. Von Bentham zu Google Earth

MANFRED SCHNEIDER

185

III TECHNIK

**Die Fabel von der Medien-Technik:
Unter meiner Aufsicht**

AVITAL RONELL

207

**„Erzklang“ oder „missing fundamental“.
Kulturgeschichte als Signalanalyse**

BERNHARD SIEGERT

231

Halbes Leben

LAURENCE A. RICKELS

247

Lichtenbergs Messer. Eine medienwissenschaftliche Lektüre

ANNA TUSCHLING

267

Das Phantasma der Signale

MARIE-LUISE ANGERER

279

Autorinnen und Autoren

291

Der Bote als Topos oder: Übertragung als eine medien- theoretische Grundkonstellation

SYBILLE KRÄMER

Die folgenden Überlegungen versuchen die Reichweite des Botenmodells als eine Grundlagenperspektive medientheoretischer Erörterungen auszuloten.¹

Zwei Hintergrundannahmen

Medienfragen sind zu Kernfragen nahezu aller traditionell geistes- und kulturwissenschaftlichen Disziplinen avanciert und werden seit dem letzten Drittel des 20. Jahrhunderts mit großer Subtilität diskutiert. Mutet es da nicht merkwürdig an, eine Medientheorie zu entfalten, die fundiert ist in der (archaischen) Botenfigur und damit verbundenen eher unschöpferisch anmutenden *Übertragungsvorgängen*? Wie also lässt sich der Rückgang auf den Boten als eine Figuration des Dritten zwischen heterogenen Seiten im Sinne eines Prototyps eines Mediums legitimieren und wie kann dabei die kulturelle Produktivität des Übertragens ausgewiesen werden? Das sind die Fragen, die uns hier beschäftigen. Vorab wollen wir allerdings Rechenschaft ablegen über zwei Motive, die unsere Arbeit am Botenmodell inspirieren.

SELBSTBILD

Seit der Neuzeit ist unser Selbstbild versehen mit einem konstruktivistisch-demiurgischen Gestus, der den Menschen als homo faber

¹ Diese Gedanken sind entfaltet in Sybille Krämer: „Die Heteronomie der Medien. Versuch einer Metaphysik der Medialität im Ausgang einer Reflexion des Boten“, in: *Journal Phänomenologie* 22 (2004), S. 18-38; Dies.: *Medium, Bote, Übertragung. Kleine Metaphysik der Medialität*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2008.

und homo generator und sein In-der-Welt-Sein bevorzugt in den Termini von Urheberchaft und Autorschaft konturiert. Einher geht damit die bevorzugte Orientierung an Prozessen der Erzeugung, des Machens und des Hervorbringens. Damit wird allerdings die Kreativität und kulturstiftende Produktivität verkannt, die den Phänomenen der Zirkulation, Übertragung und Vermittlung eigen ist.² Und in eben diesem Phänomenkreis gewinnt die Botenfigur ihre Bedeutung. Zweifelsohne darf die Botenfunktion nicht zum Gegenspieler des Urhebers hypostasiert und das Übermitteln und Übertragen nicht als Kontrastprogramm zum Hervorbringen und Erzeugen stilisiert werden: ‚Eine Mission zu haben‘ und ‚ein Akteur zu sein‘ sind keine *disjunkten* Optionen, sondern sind einander *komplementär*. Diese Komplementarität anzuerkennen, setzt allerdings die gründliche Sondierung des Potenzials der Botenperspektive voraus.

METHODIK

Innerhalb der Philosophie wäre es ein allzu bequemer Weg, Medienfragen dadurch salonfähig zu machen, dass ihnen der Status eines ‚Apriori‘ zugewiesen wird, so dass Medien zu einer letztbegründenden Instanz avancieren, die unser Erfahren, Kommunizieren, Denken fundiert, ohne ihrerseits von Voraussetzungen abhängig zu sein. Medien nähmen dann jene Stellung ein, die etwa der ‚linguistic turn‘ der Sprache zukommen ließ.³ Zwanglos könnte ein solcher ‚medial turn‘ ein Bündnis eingehen mit medientechnizistischen Positionen, für welche Medien zum Inbegriff der gesellschaftsprägenden und geschichtsstiftenden Kraft technischer Instrumente und Apparate avancieren, die gerade jene Stelle dynamisch einzunehmen vermögen, welche die Erosion des Subjektbegriffes in den letzten fünfzig Jahren hinterlassen hat – so dass der ‚Mediengenerativismus‘ anknüpfen könnte an den latenten Konstruktivismus im neuzeitlichen Selbstverständnis unseres Weltverhältnisses.

- 2 Diese Vernachlässigung hat nachhaltig kritisiert bereits Hartmut Winkler: Diskursökonomie. Versuch über die innere Ökonomie der Medien, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2004.
- 3 Eine Medienphilosophie jenseits eines ‚Apriori‘ entfaltet auch Dieter Mersch: „Technikapriorität und Begründungsdefizit. Medienphilosophien zwischen uneingelöstem Anspruch und theoretischer Neufundierung“, in: Philosophische Rundschau 50/3 (2003), S. 193-219; Ders.: „Medialität und Undarstellbarkeit. Einleitung in eine ‚negative‘ Medientheorie“, in: Sybille Krämer (Hg.), Performativität und Medialität, München: Fink 2004, S. 75-96; Ders.: Medientheorien zur Einführung, Hamburg: Junius 2006.
- 4 Vgl. Reinhard Margreiter: „Realität und Medialität. Zur Philosophie des ‚Medial Turn‘“, in: Medien Journal. Zeitschrift für Kommunikationskultur 23/1 (1999), S. 9-18.

Aber kann eine Medientheorie das Mittlere, die Mitte und die Vermittlung übersehen, die mit dem Begriff ‚Medium‘ – sozusagen: per definitionem – verbunden ist?⁵ Und kann ein Phänomen des alltäglichen Umgangs mit Medien außer Acht gelassen werden, dass nämlich Medien etwas vergegenwärtigen, indem sie sich selbst dabei ausblenden, zurücknehmen und erst dadurch ‚durchsichtig‘ werden können für anderes? Wir vermuten: nein.

Im Fluchtpunkt dieser beiden Motive sowohl vom latenten Konstruktivismus unseres Selbst- und Weltverhältnisses wie auch vom manifesten Apriorismus diverser ‚turns‘ Abstand zu nehmen, gibt Raum für einen Gedanken, der die Springquelle des Botenmodells ausmacht: *Medien sind nicht autonom, vielmehr heteronom*. Etwas poetischer ausgedrückt: Der Bote spricht mit fremder Stimme. Darin liegt seine Leistungskraft, aber auch das Irritierende seiner Funktion. Die medientheoretische Grundidee, die in der Botenfigur kondensiert, ist also die konstitutive Heteronomie von Medien.

Vom Verschwinden des Mediums im Gebrauch

Der Umgang mit Medien konfrontiert uns mit einem charakteristischen Phänomen: Der Vollzug von Medien realisiert sich als ihr Entzug. Dies ist von Dieter Mersch,⁶ aber auch von Lorenz Engell und Joseph Vogel,⁷ Michel Serres⁸ und Boris Groys⁹ hinreichend vermerkt. Medien vergegenwärtigen, indem sie selbst dabei zurücktreten, mithin unterhalb der Schwelle des Wahrnehmens verbleiben.

- 5 Auf diese Mitte, mithin das ‚Dazwischen‘ haben explizit verwiesen Christoph Hubig: „Die Mittlerfigur aus philosophischer Sicht. Zur Rekonstruktion religiöser Transzendenzüberbrückung“, in: Günther Abel (Hg.), Wissenschaft und Transzendenz, Berlin: Universitäts-Bibliothek der TU 1992, S. 49-56; Hans-Dieter Bahr: „Medien-Nachbarwissenschaften I: Philosophie“, in: Medienwissenschaft: Ein Handbuch zur Entwicklung der Medien- und Kommunikationsformen, Berlin/New York: de Gruyter 1999, S. 273-281; Régis Debray: Transmettre, Paris: Odile Jacob 1997; Georg Christoph Tholen: Die Zäsur der Medien. Kulturphilosophische Konturen, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2002.
- 6 Vgl. Dieter Mersch: „Wort, Bild, Ton, Zahl. Eine Einleitung in die Medienphilosophie“, in: Ders., Kunst und Medium, Gestalt und Diskurs, Bd. 111, hg. v. Theresa Georgen, Kiel: Muthesius Hochschule 2002, S. 131-254, hier S. 132 ff.
- 7 Vgl. Lorenz Engell/Joseph Vogl: „Vorwort“, in: Claus Pias u. a. (Hg.), Kursbuch Medienkultur. Die maßgeblichen Theorien von Brecht bis Baudrillard, 3. Aufl., Stuttgart: Deutsche Verlags-Anstalt 2000, S. 8-11, hier S. 10.
- 8 Vgl. Michel Serres: Die Legende der Engel, Frankfurt a. M.: Insel 1995.
- 9 Vgl. Boris Groys: Unter Verdacht: Eine Phänomenologie der Medien, München, Wien: Hanser 2000, S. 21 ff.

So kann das Vermittelte als ein ‚Unmittelbares‘ erscheinen. Schon Aristoteles' Bemerkungen über das ‚Diaphane‘, in deren Horizont das, was das Medium zur Erscheinung bringt, als ein ‚Durchscheinen‘ bestimmt wird, spielen darauf an.¹⁰ Bezogen auf die sich zurücknehmende Mittlerstellung des Boten können wir diese Tendenz zur medialen Selbstneutralisierung in zwei Hinsichten erläutern und verstärken.

Hans-Dieter Bahr¹¹ erinnerte zuerst daran, dass der Begriff Medium etymologisch auf einen Terminus in der syllogistischen Schlussfigur referiert. In der Deduktion: „Eisbären sind Warmblüter“, ‚Knut ist ein Eisbär‘, also gilt ‚Knut ist ein Warmblüter‘, taucht der Terminus ‚Eisbär‘ in beiden Prämissen auf und stiftet eine logische Verbindung zwischen den Sätzen, welche zu einer Schlussfolgerung führt, in der dann der vermittelnde Term *nicht* mehr auftaucht: In der gelingenden Folgerung hat sich der terminus medius selbst überflüssig gemacht.

Drastischer als im Topos des ‚sterbenden Boten‘ kann das Überflüssigwerden und Verschwinden des Mediums kaum artikuliert werden. In Mythos, Religion und Kunst ist der sterbende Bote, der sich in seinem Tun und zugunsten seiner Botschaft ‚verbraucht‘ und ‚verzehrt‘, ein immer wieder bearbeitetes Thema. Zwar wissen wir heute, dass Plutarchs Erzählung¹² über den Läufer von Marathon, der am 12. September 490 v. Chr. nachdem er die Botschaft des Siegs der Griechen über die Perser nach Athen überbracht hat, tot zusammenbricht, eine Legende ist. Aber verweist nicht gerade dieser legendäre Charakter auf die Herausstellung und Stilisierung einer ‚Verschwindenslogik‘, die sich im Sterben des Boten narrativ verdichtet? Und Michel Serres¹³ hat zu einem Bild von Tommaso

¹⁰ Zur Transparenz des Mediums siehe Aristoteles: Über die Seele, in: Ders., Werke in deutscher Übersetzung, hg. v. Ernst Grumach, Bd. 13, Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 1966; Ders.: „Über die Wahrnehmung und die Gegenstände der Wahrnehmung“, in: Ders., Kleine naturwissenschaftliche Schriften (Parva naturalia), hg. u. übers. v. Eugen Dönt, Stuttgart: Reclam 1997, S. 47–86; Kommentare dazu bei Stefan Hoffmann: Geschichte des Medienbegriffs, (Archiv für Begriffsgeschichte: Sonderheft), Hamburg: Felix Meiner 2002, S. 30 ff.; Walter Seitter: Physik der Medien. Materialien, Apparate, Präsentierungen, Weimar: Verlag und Datenbank für Geisteswissenschaften 2002, S. 33 ff.; Emmanuel Alloa: Das durchscheinende Bild. Grundlinien einer medialen Phänomenologie, Diss. FU Berlin, FB Philosophie und Geisteswissenschaften u. Universität Paris I, UFR der Philosophie 2008.

¹¹ Vgl. H.-D. Bahr: „Philosophie“, S. 273 ff., und im Anschluss an ihn S. Hoffmann: Medienbegriff, S. 16.

¹² Vgl. Plutarch: Moralia/Moralische Schriften, hg. v. Otto Apelt, Leipzig: Meiner 1926–27, S. 347c.

¹³ Vgl. M. Serres: Legende, S. 80 f.

Laureti (ca. 1530–1602), welches ‚Triumph des Christentums‘ heißt und zu Füßen eines Altars mit dem gekreuzigten Christus eine zerschmetterte Hermesstatue zeigt, lakonisch vermerkt, dass das Verschwinden der Boten angesichts seiner Botschaft auch im Sterben von Merkur und Christus sich als Kern der Passion erweise.

Doch ob *logisch* im verschwindenden syllogistischen Mittelbegriff oder *mythologisch* im sterbenden Boten: Die Selbstzurücknahme wird als ein Gelingensprinzip medialer Vermittlung darin jedenfalls thematisch. Wir können das so zusammenfassen – wenn auch stilistisch unschön: Fremd-vergegenwärtigung wird durch Selbst-entgegenwärtigung möglich. Hier liegt auch die Wurzel jener Unmittelbarkeit des Mittelbaren, die zur Signatur medialer Funktionen gehört. Mit dieser ‚mittelbaren Unmittelbarkeit‘ aber stoßen wir auf einen guten Grund, warum wir ‚Zeichen‘ und ‚Medien‘ voneinander unterscheiden sollten.

Worin sich Zeichen und Medien voneinander unterscheiden

Es gibt einen sehr naheliegenden und auch häufig entfalteten Gedanken: Wenn wir fragen, wo wir Medien zu ‚verorten‘ haben, so drängt sich ein Rückgang auf Zeichenprozesse auf, um sodann ‚Medialität‘ in der Materialität der Zeichen zu lokalisieren. Bezogen auf die Unterscheidung von Signifikant und Signifikat innerhalb der Semiosis wird das Medium – mehr oder weniger – mit Struktur und Funktion des Signifikanten kurzgeschlossen, wenn nicht gar identifiziert. Und doch gibt es zwischen Medien und Zeichen einen entscheidenden Unterschied. Bevor wir diesen Unterschied allerdings explizit machen, sei ein Missverständnis von vornherein vermieden. Zeichen und Medien bilden *keine* disjunkten Klassen von Gegenständen, in die wir ‚Dinge mit einem Zug zum Transitorischen‘ umstandslos einsortieren könnten. Vielmehr verstehen wir darunter zwei *Perspektiven*, in denen etwas – zum Beispiel die Sprache oder die Schrift – auf unterschiedliche Art beschreibbar ist. Worin nun liegt die Perspektivendifferenz zwischen ‚Zeichen‘ und ‚Medium‘?

Ein Zeichen muss wahrnehmbar sein. Zugleich jedoch gilt die Zeichenbedeutung, also das, was für gewöhnlich abwesend, also unsichtbar ist oder oftmals mit ‚immateriell‘ assoziiert wird, als das Entscheidende. Doch sofern wir etwas als Medium betrachten, verhält es sich genau umgekehrt: Das, was wir im reibungslosen, störungsfreien Mediengebrauch wahrzunehmen haben, ist das, was das Medium zur Erscheinung bringt, also sein Gehalt bzw. die Botschaft, währenddessen das Medium selbst dabei verschwindet bzw. unsichtbar bleibt.

Wir sehen also, wie sich bezüglich der Verteilung der Pole von Sichtbarkeit/Unsichtbarkeit, Anwesenheit/Abwesenheit eine merkwürdige Umpolung vollzieht. In der semiologischen Perspektive ist das ‚Verborgene‘ der Sinn hinter dem Sinnlichen. In der mediologischen Perspektive dagegen ist das ‚Verborgene‘ die Sinnlichkeit hinter dem Sinn. Diese Inversion zeigt, dass die traditionelle metaphysische Einstellung, der gemäß das Wesentliche hinter der Erscheinung liegt, angewendet jeweils auf die Zeichen- bzw. die Medienperspektive, zu ganz unterschiedlichen Ergebnissen kommt. Angesichts von Zeichen wird der seit Platon bekannte metaphysische Gestus, hinter der sichtbaren Sinnlichkeit das unsichtbare Wesen aufzusuchen in Gestalt der token/type-Relation nahezu idealtypisch realisiert und ‚vollstreckt‘: Es gilt die Oberfläche des sichtbaren Token zu durchdringen, um zur Tiefenstruktur des Typus zu gelangen. Wenn wir jedoch bei Medien diesen metaphysischen Gestus anwenden, so erfolgt eine Umkehrung, insofern wir hinter dem sichtbaren Sinn die verborgene Sinnlichkeit der Medien freizulegen haben. Die Metaphysik der Medialität führt dann zu einer ‚Physik der Medien‘.¹⁴ Die Verfahrenslogik der Zeichen geht also mit der metaphysischen Erwartung konform: über das Sinnliche hinaus und jenseits von ihm auf den Sinn zu stoßen. Doch die Gebrauchslogik von Medien kehrt diese Erwartung um. Denn nun müssen wir über den präsentierten Sinn hinaus gelangen, um hinter und jenseits von ihm auf die verborgene Sinnlichkeit, Materialität, Körperlichkeit und Technizität des Mediums zu stoßen. Eben dieses ‚Entzogene‘ am Medium aufzuspüren, ist eine wichtige Aufgabe unseres Botenmodells, dem wir uns jetzt zuwenden.

Attribute des Botenmodells

Wir wollen sieben Attribute des Botenmodells unterscheiden, freilich ohne dabei irgendeinen Anspruch auf Vollständigkeit zu erheben.¹⁵

1. DISTANZ ALS HETEROGENITÄT

Boten stehen zwischen heterogenen Welten (Feldern, Systemen), zwischen denen sie etwas übertragen, um eben dadurch das voneinander Verschiedene in einen Zusammenhang zu bringen und zu versetzen. Emmanuel Levinas hat mit Nachdruck das einander Fern- und Fremdsein als Strukturmoment jedweder Kommuni-

¹⁴ Dazu S. Krämer: *Medium, Bote, Übertragung*, S. 33 ff.

¹⁵ Vgl. ebd., S. 110 ff.

kation betont.¹⁶ Der Mitteilung – daran erinnern Benjamin¹⁷ und Nancy¹⁸ – geht die Teilung voraus. Das voneinander Entferntsein ist nicht einfach eine Erschwernis von Kommunikation, sondern deren Bedingung. Dabei ist die Distanz nicht nur als räumliche Entfernung im Sinne der Fernkommunikation bzw. ‚zerdehnten Kommunikation‘ aufzufassen, sondern kann ebenso gut und in erster Linie die ‚Differenz des Heterogenen‘ bedeuten.¹⁹ Wesentlich ist allerdings, dass die Verschiedenheit im Botengang nicht etwa annulliert, vielmehr ‚nur‘ überbrückt und eben dadurch als Differenz bewahrt und zugleich handhabbar gemacht wird. So ist mit der Botenfigur ein postalisches Prinzip verbunden,²⁰ welches gegen das Ideal einer Verschmelzung des Verschiedenen in der dialogischen Kommunikation eine grundständige Distanz, Differenz und wechselseitige Unzugänglichkeit annimmt, welche den Nährboden aller Kommunikation ausmacht und in und mit ihr auch keineswegs beseitigt wird.

2. HETERONOMIE DES BOTEN

Boten sprechen nicht im eigenen, vielmehr in fremdem Namen. Der Bote ist nicht selbsttätig, sondern folgt einer fremden Auflage; seine ‚Souveränität‘ kann allenfalls den Raum des Heteronomen erkunden. Der Bote ist nicht Ursprung von dem, was er tut. Er empfängt und gibt weiter, was gerade nicht von ihm erzeugt wurde. Er ist

¹⁶ Vgl. Emmanuel Levinas: *Die Spur des Anderen. Untersuchungen zur Phänomenologie und Sozialphilosophie*, Freiburg/München: Alber 1983.

¹⁷ Walter Benjamin: „Über Sprache überhaupt und über die Sprache des Menschen“ [1916], in: Ders., *Gesammelte Schriften*, hg. v. Rolf Tiedemann/Hermann Schweppenhäuser, Bd. II.1, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 1977, S. 140–157, hier S. 140 ff.

¹⁸ Vgl. Jean-Luc Nancy: *Singulär plural sein*, Berlin: diaphanes 2004.

¹⁹ So bei E. Levinas: *Spur*.

²⁰ Zur Auseinandersetzung mit der Post als medientheoretischem Grundprinzip siehe Bernhard Siegert: *Relais. Geschicke der Literatur als Epoche der Post*, Berlin: Brinkmann und Bose 1993; Ders.: „Vögel, Engel und Gesandte. Alteuropas Übertragungsmedien“, in: Horst Wenzel (Hg.), *Gespräche – Boten – Briefe. Körpergedächtnis und Schriftgedächtnis im Mittelalter*, Berlin: Schmidt Verlag 1997, S. 45–62; zum ‚postalischen Prinzip‘ im Rahmen dekonstruktiver Überlegungen siehe Jacques Derrida: *Die Postkarte. Von Sokrates bis an Freud und jenseits. I. Lieferung*, Berlin: Brinkmann und Bose 1982; Briankle G. Chang: *Deconstructing Communication. Representation, Subject, and Economics of Exchange*, Minneapolis/London: University of Minnesota Press 1996; zur Botenfigur siehe auch Klaus Krippendorf: „Der verschwundene Bote. Metaphern und Modelle der Kommunikation“, in: Klaus Merten/Siegfried Schmid/Siegfried Weischenberg (Hg.), *Die Wirklichkeit der Medien. Eine Einführung in die Kommunikationswissenschaft*, Opladen: Westdeutscher Verlag 1994, S. 79–113.

kein Subjekt im konstitutionstheoretischen Sinne. Die diskursiv ohnmächtige Position des Boten erscheint wie der Negativabdruck jener Souveränität eines sprechenden Subjekts, von der die philosophische Sprechakttheorie inspiriert ist. So wundert es kaum, dass diese Art ‚uneigentlicher Rede‘ Platon bewog, die Dichter und Rhapsoden als ‚unwissende Vermittler‘ abzuwerten,²¹ um dann aus den Schlacken dieser archaischen, fremdbestimmten Rede die selbstverantwortete Rede des um Wahrheit ringenden philosophischen Diskurses hervorgehen zu lassen. Der Bote realisiert eine Rolle, deren Drehbuch er nicht selbst geschrieben hat. Doch zeichnet sich nicht gerade darin das Urhumanum und Kulturgut des Theatralen ab? Mit der Stimme eines anderen und für einen anderen zu sprechen, ist das Ethos des Botengangs. Zugleich hat der Bote immer auch teil an der „Telekommunikation der Macht“²², insofern die Verbreitung des Wortes zugleich den Raum einer Herrschaft sicherzustellen sucht. All dies soll nur eines deutlich machen: Es gibt stets ein Außerhalb der Medien.

3. DRITTHEIT ALS KEIMZELLE DER SOZIALITÄT

Wir sind gewohnt, Gesellschaftlichkeit hervorgehen zu lassen aus dual konzipierten Relationen, seien dies nun Sprecher und Hörer, Sender und Empfänger, ego und alter ego, Herr und Knecht, Ich und Du. In der Perspektive binär organisierter Intersubjektivitätskonzepte erscheint das Auftreten eines Dritten folgerichtig als störend, verfremdend, parasitär. Doch nicht nur Joachim Fischer vermutet, dass „dyadische Figuren latent trianguliert“²³ sind. Und bildet nicht gerade der Bote eine solche Figuration des Dritten, die – angesiedelt zwischen Alterität und Pluralität – zunehmend in den gesellschaftstheoretischen Fokus tritt? Der Bote stiftet durch seine Mittlerstellung eine soziale Relation. Und es ist nicht abwegig zu vermuten, dass Drittheit und eben nicht Dualität die Keimzelle des Sozialen bildet; dass also erst in triadischen Interaktionen sich diese zu sozialen Institutionen verdichten.

4. INDIFFERENZ UND DIABOLISCHE ENTGLEISUNG

Die Neutralität ist die Wurzel des Mittleramtes, Indifferenz seine *differentia specifica*. Der Bote kann seine Mittlerstellung nur wahr-

²¹ Vgl. Platon: *Werke*, hg. v. Gunther Eigler, bearb. v. Heinz Hofmann, 8 Bde., Darmstadt: Wissenschaftliche Buchgesellschaft 1990, Bd. I, S. 534 ff.

²² Peter Sloterdijk: *Sphären II – Globen*, Frankfurt: Suhrkamp 1999, S. 668.

²³ Joachim Fischer: „Figuren und Funktionen der Tertiärität. Zur Sozialtheorie der Medien“, in: Joachim Michael/Markus Schäffauer (Hg.), *Massenmedien und Alterität*, Frankfurt a. M.: Vervuert 2004, S. 78–86, hier S. 80.

ren, kann Fremdes nur vergegenwärtigen durch Selbstneutralisierung.²⁴ Doch diese Mittlerstellung ist tief gezeichnet von einer Ambivalenz. In der Position des ‚Dritten‘ verbindet der Bote nicht nur, sondern distanziert zugleich und unterbricht. Kraft dieser Position kann er (auch) Zwist stiften, Streit aussäen, Intrigen einfädeln. Vermittlung hat also ein Doppelgesicht: Sie kann symbolisch (zusammen werfend) und diabolisch (auseinander dividierend) sein. Die diabolische Entgleisung ist der Dritten- und Neutralitätsfunktion des Boten als Option stets eingeschrieben.

5. MATERIALITÄT UND ÄUSSERLICHKEIT

Als Teil des Materialitätskontinuums bewegt der Bote sich im Zwischenraum des Sinnaufschubs.²⁵ Die Mobilität der Botschaft, die sich im Botengang verkörpert, kommt der Botschaft allein in der Äußerlichkeit ihres materialen Trägers zu, demgegenüber ihr Gehalt möglichst immobil zu halten ist. Inkorporation und Exkorporation kreuzen sich im Boten. Was immer die Botschaft ist: Sie muss aus der Situation ihrer Genese ablösbar, transportierbar, überbringbar sein. Daher ist die Rede des Boten dem Boten selbst etwas Äußerliches. Die Abspaltung von Sinn und Sinnlichkeit, von Text und Textur, Form und Gehalt gewinnt im Boten eine handgreifliche Gestalt. Finden wir hier den Ursprung der immer wieder beschworenen Trennbarkeit von Signifikant und Signifikat?

6. ONTOLOGISCHE NEUTRALITÄT

Der Bote ist eine Person, die ihre Mission im Zuge einer Depersonalisierung realisiert. Daher sind Boten durch symbolische und technische Nachrichtenträger ersetzbar; sie verkörpern Aufgaben, die durch die Zirkulation und Funktionsweise von Dingen ebenso gut, wenn nicht besser erfüllt werden können – vorausgesetzt, wir unterscheiden an dieser Stelle (noch) nicht zwischen ‚Übertragung‘ und ‚Vermittlung‘. Wir können dazu auch sagen: Die Botenfunktion ist ontologisch neutral. Nichts ist technisch so gut übertragbar wie die Funktion des Übertragens.

²⁴ Dies ist eine systematische, keine historisch empirische Aussage. Zu historisch orientierten Auseinandersetzungen mit dem Boten siehe exemplarisch Horst Wenzel (Hg.): *Gespräche – Boten – Briefe. Körpergedächtnis und Schriftgedächtnis im Mittelalter*, Berlin: Schmidt Verlag 1997; B. Siegert: „Vögel, Engel und Gesandte“.

²⁵ ‚Sinnaufschub‘ ist ein Begriff von G. C. Tholen: *Die Zäsur der Medien*, S. 8.

7. SPURENLESEN ALS UMKEHRFUNKTION DES BOTENGANGS

Das Spurenlesen bildet die Inversion des Botengangs. Bote und Spur verhalten sich zueinander wie die Vorderseite und die Rückseite des Blattes, das vom ‚Übertragen‘ handelt. Jene Aktivität, die beim Boten auf Seiten des Auftraggebers und ‚Senders‘ liegt, wandert nun zum ‚Empfänger‘. Spuren entstehen in den Augen der Betrachter, denn erst ihre Aufmerksamkeit transformiert eine Markierung in die Spur, die damit zur Präsenz einer Absenz wird.²⁶ Der Spurenleser verhält sich als Adressat von etwas, dessen ‚unwillkürlichen‘ Absender er allererst zu rekonstruieren hat. Und diese Rekonstruktion hat den Charakter einer Entdeckung, einer Einsicht und Erkenntnis. In der Perspektive der Spur gesehen epistemologisiert sich das Botenmodell; das Spurenlesen ist die erkenntnistheoretische Version des Botengangs.

Halten wir einen Augenblick inne und überlegen, worin eine Schwierigkeit und ein mögliches Missverständnis dieser medien-theoretischen Nutzung des Botenmodells liegen könnte. An die Stelle der von avantgardistischen Medientheorien forcierten Technizität medialer Apparate wird hier eine *personale* Figur, der Bote, zum Ausgangspunkt gemacht. Und doch darf diese ‚Personifizierung des Mediums‘ nicht missverstanden werden als eine wohlfeile Umorientierung von technischen Medien hin auf ‚den Menschen‘ als Medium. Vor dieser Fehlinterpretation des Botenmodells bewahrt nicht nur jene Dimension, die wir als ‚ontologische Neutralität‘ kennzeichnen und welche auf die vorzügliche Realisierbarkeit der Botenfunktion durch symbolische und technische Systeme zielt. Wichtiger noch ist die konstitutive Heteronomie des Boten, insofern diese Fremdbestimmung, bezogen auf den Boten als soziale Figuration (und der Begriff ‚Figuration‘ ist hierbei bewusst gewählt), ein Spannungsfeld zwischen Personalität und Depersonalisierung eröffnet. Wo Personen als Medien fungieren, ist ihrem Tun – darauf kommt es uns an – die Absehung von der eigenen Person, die Selbstzurücknahme, ein ‚Handeln unter fremder Auflage‘ eingeschrieben. Dieses Zurücktreten vom Selbst‘ erscheint dabei *nicht* als Verfall und Verlust, sondern als eine spezifische Form kultureller Produktivität. Können wir das zu einer anthropologischen Betrachtung erweitern? Und zwar in dem Sinne, dass wir nicht nur einen Namen und eine Stimme haben, sondern dass wir in ‚fremdem Namen‘ und mit der

²⁶ Zum Spurkonzept siehe Sybille Krämer: „Was also ist eine Spur? Und worin besteht ihre epistemologische Rolle?“, in: Dies./Werner Kogge/Gernot Grube (Hg.), *Spur. Spurenlesen als Orientierungstechnik und Wissenskunst*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2007, S. 11–36, hier S. 11 ff.

‚Stimme eines Anderen‘ sprechen können; dies ist ein Charakteristikum der *conditio humana*. Doch zurück zur Medialität: Von einem Spannungsverhältnis zwischen Personalität und Depersonalisierung zu sprechen, bleibt hinreichend abstrakt. Und auch die Produktivität, die im Absehen von der eigenen Person liegt zugunsten dessen, was jeweils zu ‚übertragen‘ ist, ist nicht viel mehr als eine Behauptung. Daher wollen wir uns jetzt einem konkreten Phänomen zuwenden, der Zeugenschaft und die theoretische Ernte aufzeigen, die sich ergibt, wenn wir den Zeugen in der Perspektive des Botenmodells thematisch werden lassen.

Indem wir uns jetzt der Erklärung und Deutung der Zeugenschaft zuwenden, wird eines auch deutlich. Der medienphilosophische Ansatz, den wir hier vorgeschlagen haben, läuft nicht auf eine ‚Ontologie der Medien‘ hinaus, verstanden als Charakterisierung einer gesonderten Klasse von Phänomenen, zu denen vorrangig die Wort, Bild- und Tonmedien gehören. Vielmehr eröffnet das Botenmodell eine Perspektive, in der eine Fülle von Übertragungsphänomenen analysiert werden können, die wir gewöhnlich nicht als ‚Medien‘ bezeichnen. Vielleicht sind unsere Überlegungen daher besser als eine ‚Medialitätstheorie‘ denn als ‚Medientheorie‘ zu charakterisieren. In jedem Falle aber müssen Phänomene, die in dieser Medialitätsperspektive betrachtet werden, durch eben diese Perspektive in neuartiger Weise gesehen werden können. Worin nun besteht dieses Neue beim Zeugnisgeben?

Der Zeuge im Spannungsverhältnis von Depersonalisierung und Personsein

Das Phänomen der Zeugenschaft ist vielschichtig: Es reicht vom formalisierten Kontext des Gerichtszeugen über den Überlebens- und Glaubenszeugen (martyrs: griech. Zeuge) bis hin zum epistemologischen, aber auch alltäglichen Problem des Wissens durch die Worte anderer.²⁷ Was heißt es, sich der Zeugenschaft als einem ‚Übertragungsmedium‘ anzunähern? Es geht uns hier um eine Paradoxie, die genau dann Gestalt gewinnt, wenn wir den Zeugen als ein Medium im Spannungsfeld von Personalität und Depersonalisierung interpretieren. Diese Paradoxie – das sei vorweggenommen – besteht darin, dass der Zeuge als ‚Überträger‘ der Wahrnehmung eines Ereignisses sich zum neutralen Aufzeichnungsmedium, zum interessenslosen ‚Seismographen‘ eines vergangenen Geschehens ‚verdinglichen‘ und depersonalisieren muss, zugleich jedoch – angesichts der faktischen Unübertragbarkeit persönlicher Wahrnehmungen –

²⁷ Dazu S. Krämer: *Medium, Bote, Übertragung*, S. 223–260.

allein durch die Authentizität, Glaub- und Vertrauenswürdigkeit seiner Person für die Wahrheit seiner Zeugenaussage bürgen kann. Der Zeuge agiert zugleich als depersonalisiertes Medium und als authentische Person. Darin liegt die Schwierigkeit von Zeugenschaft. Werfen wir einen genaueren Blick auf diesen Zusammenhang.

Es sind Situationen von Ungewissheit und Nichtwissen, in denen es nötig wird durch Zeugenaussagen zu ermitteln, ‚wie etwas – wirklich – gewesen ist‘. Ein Zeuge hat also die Wahrnehmung eines Ereignisses in Gestalt eines öffentlichen Statements an diejenigen weiterzugeben, die beim Ereignis gerade nicht anwesend gewesen sind. Um zu verstehen, was überhaupt ein Zeuge ist, wollen wir den *Gerichtszeugen* als eine paradigmatische Figur wählen, an der fünf Attribute, die für uns die ‚Grammatik des Zeugnisgebens‘ ausdrücken, deutlich hervortreten können.

(i) Der Zeuge schafft Evidenz²⁸ – und das in einem Rechtsstreit, in dem es stets widerstreitende Weisen gibt, einen Sachverhalt oder ein Geschehen zu beurteilen. Zeugen sind Personen, die in diesem Streit als Beweismittel dienen. Sie fungieren als ‚Objekte‘ und ‚Instrumente‘, um jene Tatsachen zu ermitteln helfen, die dann der Urteilsfindung zugrunde liegen. Die Gerichtsszene macht zugleich deutlich, dass es nicht einfach um Wahrheit oder Falschheit geht, sondern um Schuld und Unschuld. Die Evidenz, die der Zeuge schafft, hat (existentielle) Folgen. Im antiken jüdischen Gerichtsverfahren waren es die Zeugen, die bei der Hinrichtung den ersten Stein zu werfen hatten.

(ii) Der Zeuge zeugt kraft seiner Wahrnehmung. Er hat bei einem vergangenen Ereignis in körperlicher Präsenz dabei gewesen zu sein, mithin eine unmittelbare Wahrnehmung, die er selbst gemacht hat, weiterzugeben. Zu diesem Unmittelbarkeitsprinzip und seiner Problematik bzw. Aushöhlung ist zu sagen:²⁹ Nur die „Wahrnehmungen eines Zeugen“ können „tauglicher Gegenstand des Zeugenbeweises sein“.³⁰ Das unterscheidet den Zeugen vom Sachverständigen. Der Zeuge ist gefragt als der Beobachter und Rezipient eines Geschehens. Auf seine kognitiven und urteilenden Aktivitäten, auf seine Meinungen, Bewertungen und Schlussfolgerungen kommt es dagegen in keiner Weise an. Sie würden den Wahrheitsgehalt seines Zeugnisses eher stören und trüben. Das Ideal der Zeugenschaft er-

28 Vgl. C. Anthony J. Coady: *Testimony. A Philosophical Study*, Oxford: Clarendon Press 1992, S. 32.

29 Vgl. Bernd Schünemann: „Zeugenbeweis auf dünnem Eis – Von seinen tatsächlichen Schwächen, seinen rechtlichen Gebrechen und seiner notwendigen Reform“, in: Albin Eser u. a. (Hg.), *Strafverfahrensrecht in Theorie und Praxis*, München: Beck 2001, S. 385-407, hier S. 401.

30 Vgl. Lutz Meyer-Goßner: *Strafprozessordnung*, München: Beck 2004, S. 152.

füllt sich im Unbeteiligtsein an eben jenem Vorgang, den es zu bezeugen gilt. Hierin übrigens wurzelt das Dilemma von Zeugen, die zugleich Opfer sind.

(iii) Der Zeuge diskursiviert das Wahrgenommene. Zeugenschaft beruht also auf der Umwandlung einer Wahrnehmung in eine sprachliche Aussage.³¹ Eine private Erfahrung muss in eine öffentliche Stellungnahme übersetzt werden. Dies ist ein überaus fragiler Prozess. Und er bildet zugleich das ‚Einfallstor‘ für die Falschaussage. Unabhängig davon, dass wir uns in unseren Wahrnehmungen irren können, ermöglicht deren Übersetzung in sprachliche Form die Möglichkeit der bewussten Falschaussage. Daher ist das Bezeugen nicht einfach ein Reden, vielmehr ein Sprechakt im ritualisierten, institutionentheoretischen Sinne. Allein dadurch dass der Zeuge im Zeugenstand sich äußert, gilt seine Äußerung als wahr.³² Das Dilemma, das sich hier auftut, liegt auf der Hand.

(iv) Der Zeuge spricht nicht nur über etwas, sondern er spricht zu jemandem, etwa einer Jury. Die Zeugenaussage ist nicht nur ein Sprechakt, vielmehr auch ein Hörakt, der nicht selten die Form des Verhörs annimmt. Ohne Adressaten und Zuhörer keine Zeugenschaft. Das Bezeugen ist überdies kein Monolog, sondern eine Interaktion, bestehend aus Frage und Antwort. Die Hörer sind in Unkenntnis eben jenes Geschehens, das der Zeuge bezeugt. Eine grundlegende Asymmetrie zwischen Zeuge und Auditorium ist also gegeben. Doch eben dieses epistemische ‚Gefälle‘ ist die Voraussetzung dafür, dass durch das Bezeugen seitens der Hörer neues Wissen zu entstehen vermag. Die produktive Kraft des Bezeugens besteht also darin, durch das Zeugnisgeben Nichtwissen seitens der Jury in ein Wissen zu transformieren – vorausgesetzt, das, was der Zeuge sagt, ist wahr. Daher gilt es, eine weitere fundamentale Bedingung der Zeugenschaft zu berücksichtigen.

(v) Der Zeuge muss glaub- und vertrauenswürdig sein.³³ Da mentale Zustände (wie etwa eine Wahrnehmung) nicht übertragbar sind,³⁴ gründet die Wahrheit der bezeugten Sätze in letzter Instanz in der Wahrhaftigkeit der Person. Denn die Möglichkeit der Lüge inhäriert jedem Zeugnis. Das unterscheidet Zeugenaussagen von gewöhnlichen Spuren, die als Indizien genutzt werden. Spuren können falsch gelesen und interpretiert werden, nicht aber ‚lügen‘. An-

31 Vgl. John Durham Peters: „Witnessing“, in: *Media, Culture & Society* 23/6 (2001), S. 707-723, hier S. 709 ff.

32 Vgl. C. A. J. Coady: *Testimony*, S. 27.

33 Es hängt von Glaubwürdigkeitserwägungen ab, ob ein Gericht sich entscheidet, ein Zeugnis für wahr oder falsch zu erachten; vgl. Armin Nack: „Der Zeugenbeweis aus aussagepsychologischer und juristischer Sicht“, in: *Strafverteidiger* 1 (2001), S. 1-9, hier S. 2.

34 Vgl. J. D. Peters: „Witnessing“, S. 710.

gesichts der empirischen Unüberprüfbarkeit der Zeugenaussage stößt auch die illokutionäre Kraft, mit der im Zeugenstand ‚Wahrheit‘ performativ verbürgt wird, an ihre Grenzen. Daher wird die Vertrauenswürdigkeit und Wahrhaftigkeit für das Zeugnisgeben grundlegend. Für seine Worte steht der Zeuge mit seiner Person ein. Die Wahrheit seiner Sätze gründet in der Wahrhaftigkeit seiner Person. Nur ein Zeuge, dem vertraut wird, überzeugt. Vertrauen aber ist immer enttäuschbar – anderenfalls wäre es kein Vertrauen.³⁵ Nur mit Hilfe des sozialen Bandes des Vertrauens ist eine Übertragung von Wahrnehmung und Wissen durch den Zeugen und die Entstehung von neuem Wissen seitens der Hörer möglich.

Im Horizont dieser Ausführungen zeichnet sich nun ab, welche Form das Spannungsverhältnis von Personalität und Depersonalisierung beim Zeugnisgeben annimmt. Die Zeugenaussage schafft Evidenz, ohne im herkömmlichen Sinne gerechtfertigt werden zu können. Diese Evidenzerzeugung birgt zwei Momente: Einmal soll der Zeuge ein neutraler, unbeteiligter Beobachter eines Geschehens sein, der – unter Absehung aller persönlichen Belange, Interessen, Idiosynkrasien – zum bloß sachlichen und sächlichen ‚Datenerhebungs-‘ und ‚Datenwiedergabeinstrument‘ mutiert und sich dabei aller Reflexion, Meinungsbildung und Beurteilung enthält. Zugleich hat er sich als ein Mensch zu erweisen, der vertrauens- und glaubwürdig ist, der also eine kohärente Persönlichkeit verkörpert, bei dem äußeres Verhalten und innere Überzeugungen übereinstimmen. Wenn wir also den Zeugen als ein Medium für Übermittlungen von Wahrnehmungen deuten, so zeigt sich ein Dilemma, welches darin besteht, dass der Zeuge sich zugleich wie ein ‚Ding‘ und wie eine ‚authentische Person‘ verhalten muss. In der Perspektive der Interpretation des Zeugen als Medium und Überträger der Wahrnehmung eines Ereignisses gewinnt somit eine Paradoxie Gestalt.

Soweit in aller Kürze der Versuch, ausgehend von der paradigmatischen Figur des Gerichtszeugen, Ambivalenzen der Zeugenrolle freizulegen, insofern die Janusköpfigkeit der Zeugenrolle darin besteht, dass das Mediumsein und das Personsein, die Neutralität andererseits zugleich die Bedingungen der Möglichkeit von Zeugenschaft abgeben. Auf Agambens Analyse, dass im Potenzial der Zeugenschaft ein Unvermögen und eine Impotenz des Bezeugensnistet, fällt so ein klärendes Licht.³⁶ Und noch einen Sachverhalt können wir jetzt in neuem Licht sehen. Dabei geht es nicht mehr

³⁵ Vgl. Niklas Luhmann: *Vertrauen. Ein Mechanismus der Reduktion sozialer Komplexität*, Stuttgart: Ferdinand Enke 1968.

³⁶ Vgl. Giorgio Agamben: *Was von Auschwitz bleibt. Das Archiv und der Zeuge*, Frankfurt a. M.: Suhrkamp 2003, S. 126 f.

um den Gerichtszeugen und auch nicht um den Überlebenszeugen³⁷, sondern um die prosaische Form des Zeugnisgebens, die in der Ubiquität unseres Wissens durch die Worte anderer besteht. Wir stoßen hier auf eine nicht eliminierbare soziale Dimension unserer Epistemologie, die den methodischen Individualismus, also die Auffassung, dass einer allein etwas als etwas erkennen und rechtfertigen könne, unhaltbar macht. So vielfältig sind die Formen, in denen wir unser Wissen aus zweiter, dritter, vierter, ... Hand erwerben, dass die verbreitete reduktionistische Position in der Philosophie, der gemäß nur durch eigene Wahrnehmung oder selbsttätiges logisches Schlussfolgern etwas als Wissen verbürgt sein kann, offensichtlich fehl geht. Vielmehr entsteht neues Wissen beim Adressaten des Zeugnisgebens genau dann, wenn der Wissensquelle auch vertraut werden kann. In dieser Verschränkung zwischen der Übertragung von Wahrnehmung und Wissen einerseits und dem Schenken von Vertrauen andererseits zeigt sich unser Erkennen fundiert nicht nur in sozialer Interaktion sondern auch einer Art moralischem Verhältnis. Vertrauen und Glauben nisten im Herzen unserer Wissenskulturen. Daher birgt die soziale Epistemologie der Zeugenschaft immer auch eine ethische Dimension.

³⁷ Zu den Radikalformen von Zeugenschaft in Gestalt des Überlebenszeugen und des Blutzzeugen (martyrs, griech: Zeuge) siehe S. Krämer: *Medium, Bote, Übertragung*, S. 240 ff.