

Medialität

VON SONDERFORSCHUNGSBEREICH 948

VERSION 1.0 | ZULETZT BEARBEITET AM 16. JULI 2019

INHALT

1. Einleitung
2. Theoretische Rahmung
3. Medien und ihre Affordanzen
4. Einzelnachweise
5. Ausgewählte Literatur
Zitierweise

1. Einleitung

Das Heroische manifestiert sich in Darstellungen und erlangt so konkrete Präsenz.[1] Es muss medial artikuliert und kommuniziert werden, um gesellschaftlich wirksam sein zu können. Im Einklang mit medientheoretischen Ansätzen ist von einer Eigendynamik der Medialität in Sinnkonstitutionen des Heroischen auszugehen.[2] Die mediale Darstellung des Heroischen und einzelner **Heldenfiguren** wird also von Gemeinschaften nicht nur funktionalisiert, sondern sie hat selbst eine instituierende Kraft.

Die Eigenwirkung von Medialisierung und Medialität ist in *imaginativen*, besonders *künstlerischen* Gestaltungen besonders stark ausgeprägt. Solche Darstellungen dienen nicht nur der gesellschaftlichen Selbstbeobachtung und -auslegung[3], in Bezug auf das Heroische haben sie auch das Potenzial, Vorstellungen zu remodellieren oder auch völlig neu zu imaginieren. Medialisierung ist also einerseits wichtig, um Vorstellungen des Heroischen zu tradieren, aber die Medialität einer Darstellung kann andererseits Traditionen auch stören und so zur Transformation von **Heroisierungen** und **Heroismen** beitragen.

Das konkrete mediale Produkt (ein Text, ein Bild, ein Comic, ein Theaterstück, ein Computerspiel etc.) co-konstruiert und filtert durch die ihm eigenen technisch-historischen Spezifika die jeweilige Figuration des Heroischen. Diese Spezifika hängen wesentlich davon ab, in welchem *Medium* die Darstellung erfolgt, denn dieses wirkt sich auf die Form aus, in der das Heroische ästhetisch konfiguriert wird. Sozial-personale Figuration, ästhetische Formierung und Medialität des Heroischen müssen daher als gegenseitig abhängige Faktoren der Sinnerzeugung aufgefasst werden.

Insgesamt sind unter dem Aspekt der Medialität des Heroischen eine Vielzahl von historischen und gegenwärtigen Medien und ihre jeweiligen technischen und sozialen Voraussetzungen sowie intermedialen Zusammenhänge zu berücksichtigen. Ein *Medium* ist nach konventionellen Definitionen in den Kommunikationswissenschaften jedweder Kanal der Vermittlung von Information symbolischer Art durch eine dem menschlichen Körper externe, materielle oder technische Vorrichtung.[4] Allerdings ist die Exklusion einer medialen Funktion der menschlichen Körperlichkeit in den Kommunikations- und Medienwissenschaft strittig, und es gibt Ansätze, die „Mensch-Medien“ (den Körper, die Stimme) explizit einschließen.[5] Dies ist auch in Hinblick auf das Heroische sinnvoll, da dieses sich wesentlich über Handeln und Körperlichkeit bestimmt: Heroische Eigenschaften, Charisma und Präsenz werden von Heldenfiguren ‚verkörpert‘ (in Gestalt, Gestus, Stimmqualität usw.) und/oder im Habitus inszeniert. Der wissenschaftlichen Analyse zugänglich sind solche performativen Aspekte des Heroischen zu einem erheblichen Teil allerdings nur über ihre Darstellung in Speicher- und Verbreitungsmedien wie Texten oder Bildern, welche konstitutiven Anteil an der Kommunikation und Tradierung heroischer Muster in sozialen Kontexten haben.

Die Medialität des Heroischen lässt sich umfassend nur in einer Kombination verschiedener theoretischer Bausteine beschreiben, die hier zunächst zusammengefasst werden. Vorgestellt wird anschließend das Konzept der ‚Affordanz‘, das einen produktiven Ansatz für die Untersuchung konkreter medialer Formen bietet, in denen das Heroische zur Darstellung kommt.

2. Theoretische Rahmung

Einen grundlegenden Zugang zur Sinnkonstitution des Heroischen bietet die Kultursemiotik. Sie versteht und beschreibt Kulturen und ihre Objektivationen als „Systeme von Zeichensystemen“[6] und lenkt die Aufmerksamkeit auf Instanzen, Symbolspeicher und Prozesse der Kommunikation, die in einer Gesellschaft an Heroisierungen beteiligt sind. *Codes* sind dabei regelhafte Verknüpfungen von Bedeutungen und medialen Ausdrucksformen. Auch Vorstellungen des Heroischen sind in einer bestimmten Gesellschaft zu einer bestimmten Zeit in einer bestimmten Weise per *Konvention* codiert – und damit grundsätzlich wandel- und transformierbar; sie können als *Traditionen* an nachfolgende Generationen weitergegeben werden.[7]

Für das Heroische und seine Wirkung wesentlich ist die Tatsache, dass auch jenseits sprachlich-begrifflicher Codierungen Bedeutungen emergieren und nicht in klar ‚interpretierbaren‘ Zeichen aufgehen. Auf solchen semantischen Überschüssen beruhen nicht zuletzt der appellative und affektive Charakter sowie die ‚Ausstrahlung‘ von Heldenfiguren. Es zeichnet das Heroische als sinnstiftendes Moment geradezu aus, dass es zwischen Begrifflich-Fassbarem und Ineffabilität bzw. unvorhersehbarer ‚Emergenz‘[8] oszilliert. Held/innen wirken dabei durch ‚Verkörperung‘ und ‚Aura‘. Ihre Wirkung entfalten sie durch unmittelbare ‚Präsenz‘[9] und eher durch ästhetische Intensität als über begriffliche Signifikation. Dies ist in erheblichem Maße auch ein Effekt der Medialität. Wie eingangs bereits festgestellt, gehen die Medien- und Kulturwissenschaften von einer Eigenleistung der Medien und ihrer jeweiligen Materialität für die Sinnkonstruktion aus, gerade auch in Hinblick auf Bedeutungsüberschüsse.[10] Die Eigenschaften der einzelnen Medien (und der in ihnen jeweils möglichen verbalen und/oder non-verbalen Artikulationsformen) haben Einfluss

darauf, welche Qualitäten des Heroischen sich weniger bzw. besonders prägnant in ihnen darstellen lassen und mit welcher Intensität Attraktionskraft und Affektivität des Heroischen zum Ausdruck kommen. Dieser Umstand lässt sich mit dem Konzept der Affordanz fassen.

3. Medien und ihre Affordanzen

Affordanz bezeichnet einen bestimmten, in der Form angelegten / nahegelegten Gestaltungsspielraum oder einen bestimmten Angebotscharakter.[11] Der Begriff ‚affordance‘ wurde erstmals von dem Entwicklungspsychologen James J. Gibson verwendet und definiert.[12] Der Begriff zielt auf die Frage ab, welche Handlungsmöglichkeiten durch bestimmte Umweltsituationen oder formale Attribute und Eigenschaften von Gegenständen einem interagierenden Menschen nahegelegt, ermöglicht oder auch erschwert werden. Ein typisches Beispiel ist der Henkel einer Tasse: Er besitzt die Affordanz, ihn zum Hochheben der Tasse zu benutzen. Im Bereich der Ästhetik wird der Begriff der Affordanz von der Literaturwissenschaftlerin Caroline Levine verwendet.[13] Für die Ästhetik des Heroischen bieten Formen (etwa Gattungen) und Medien unterschiedliche Affordanzstrukturen. Sie bestimmen die konkrete Erscheinungsform des Heroischen mit, bzw. haben Einfluss darauf, ob und in welcher Deutlichkeit das Heroische überhaupt zum Ausdruck kommen kann und wie Rezipierende das Dargestellte wahrnehmen können. Während z. B. der Film als Medium mit zeitlicher Erstreckung eine heroische Handlung in ihrem Verlauf darstellen kann, sind Denkmal oder Gemälde darauf beschränkt, eine heroische Tat in einem signifikanten Augenblick einzufangen.

Die mediale Dimension bietet für die Darstellung des Heroischen sehr unterschiedliche Affordanzen. Grundsätzlich kann man zwischen mono- und multimodalen Medialitäten unterscheiden. Während sich etwa eine Statue oder ein literarischer Text (z. B. ein Heldenepos) in einer Modalität realisieren, greifen Darstellungen des Heroischen auf der Bühne oder in Film auf mehrere Modalitäten[14] (etwa Ton, Bild) zurück, die sich in ihrer Wirkung gegenseitig ergänzen und steigern können. So macht es zum Beispiel für die Darstellung von ‚heroischer Gewalt‘ und ihrer Wirkung einen Unterschied, ob sie in einem multimodalen Film visuell und körperlich inszeniert wird und Schlachtengeräusch und Gebrüll zu hören sind, oder ob sie nur in einem monomodalen Text beschrieben wird. In Videospieleformen wie dem Konsolenspiel kann auch Haptik Teil einer multimodalen medialen Ausgestaltung sein, wie beispielsweise die Vibration des Controllers, wenn der Avatar des Spielenden (also meist der Held) einen Treffer einstecken muss. Im Film wird die Körperlichkeit einer Heldenfigur medialisiert, d. h. in indirekter Kommunikation, dargestellt, während die körperliche Darstellung des Heroischen im Theater für Zuschauer unmittelbar präsent und damit das Mensch-Medium Körper auch hier von besonderer Bedeutung ist, ohne aber das Publikum unmittelbar körperlich zu involvieren.

Im konkreten Fall realisieren sich Medialität und Form immer in Interdependenz, wobei es Gattungen gibt, deren zentrale Konventionen sich in unterschiedlichen Medien realisieren lassen. In bestimmten Kombinationen von Medialität und Formkonventionen ermöglichen mediale Formen bestimmte Arten der Darstellung von Heroik und machen Deutungsangebote durch ihre Art der Ästhetisierung. Bestimmte mediale Formen lassen bestimmte darstellbare Aspekte des Heroischen durch ihre Konventionen, Codes und technischen Beschaffenheiten besonders in den Vordergrund treten, während andere eher im Hintergrund bleiben oder den

Darstellungsmöglichkeiten bestimmter medialer Formen schlichtweg nicht entsprechen, also auf bestimmte Art eben nicht darstellbar sind. Dabei wird keine absolute Mediendifferenz postuliert, aber auch keine Medienuniversalität. Vielmehr haben unterschiedliche Medien unterschiedliche Angebotsstrukturen, die einerseits in ihren technischen Möglichkeiten liegen, andererseits in der Tradierung des kulturellen Gebrauchs der Gattungen, die sich in ihnen realisieren lassen. Repräsentationen des Heroischen sind also in einen dynamischen Kommunikationszusammenhang eingebunden, in dem ProduzentInnen, RezipientInnen sowie die strukturellen Möglichkeiten (Affordanzen) von Mediensystemen und tradierten Sets von Darstellungscodes aufeinander reagieren, und, ggf. auch widersprüchlich, miteinander agieren.

4. Einzelnachweise

1. Der vorliegende Artikel wurde von Barbara Korte, Nicole Falkenhayner und Georg Feitscher bearbeitet. Er basiert auf den Überlegungen zur Medialität des Heroischen in von den Hoff, Ralf / Asch, Ronald G. / Aurnhammer, Achim / Bröckling, Ulrich / Korte, Barbara / Leonhard, Jörn / Studt, Birgit: „Helden – Heroisierungen – Heroismen. Transformationen und Konjunkturen von der Antike bis zur Moderne. Konzeptionelle Ausgangspunkte des Sonderforschungsbereichs 948“. In: *helden. heroes. héros. E-Journal zu Kulturen des Heroischen* 1.1 (2013), 7-14. DOI: [10.6094/helden.heroes.heros./2013/01/03](https://doi.org/10.6094/helden.heroes.heros./2013/01/03); sowie Falkenhayner, Nicole / Korte, Barbara / Bensch, Matthias J. / Hardt, Maria-Xenia: „Heroik – Gewalt – Medialität: Working Paper der Verbundarbeitsgruppe 7 ‚Medialität‘“. In: *helden. heroes. héros. E-Journal zu Kulturen des Heroischen* 6.1 (2018), 61-70. DOI: [10.6094/helden.heroes.heros./2018/01/06](https://doi.org/10.6094/helden.heroes.heros./2018/01/06).
2. Siehe im deutschen Kontext etwa Fohrmann, Jürgen / Schüttpelz, Erhard (Hg.): *Die Kommunikation der Medien*. Tübingen 2004: Niemeyer; sowie Schanze, Helmut: „Medien“. In: Schanze, Helmut (Hg.): *Metzler Lexikon Medientheorie – Medienwissenschaft*. Stuttgart, Weimar 2002, 199-201 und Viehoff, Reinhold: „Medienkultur“. In: *Ebd.*, 226-229.
3. Bachmann-Medick, Doris: „Einleitung“. In: Bachmann-Medick (Hg.): *Kultur als Text. Die anthropologische Wende in der Literaturwissenschaft*. Frankfurt a. M. 1996: Fischer, 7-65.
4. Vgl. Schanze, Helmut: „Medien“. In: Schanze, Helmut (Hg.): *Metzler Lexikon Medientheorie – Medienwissenschaft*. Stuttgart, Weimar 2002: Metzler, 199-201.
5. Siehe etwa Faulstich: *Grundwissen Medien*, 1994, 29-31; vgl. auch Peters, John Durham: *Speaking into the Air. A History of the Idea of Communication*. Chicago 1999: Chicago University Press.
6. Z. B. Posner, Roland: „Kultursemiotik“. In: Nünning, Ansgar / Nünning, Vera (Hg.): *Konzepte der Kulturwissenschaften*. Stuttgart 2003: Metzler, 39-72, 55; siehe auch Posner, Roland: „Kultur als Zeichensystem: Zur semiotischen Explikation kulturwissenschaftlicher Grundbegriffe“. In: Assmann, Aleida / Harth, Dietrich (Hg.): *Kultur als Lebenswelt und Monument*. Frankfurt a. M. 1991: Fischer, 37-74; und für den weiteren Kontext Posner, Roland / Robering, Klaus / Seboek, Thomas A. (Hg.): *Semiotik. Ein Handbuch zu den zeichentheoretischen Grundlagen von Natur und Kultur*. 3 Bände. Berlin 1997–2003: de Gruyter.
7. Siehe z. B. Nyíri, J. K.: „Tradition and Related Terms: A Semantic Survey“. In: *Semiotische Berichte*, 12.1–2 (1988), 113-134.
8. Fischer-Lichte, Erika: *Ästhetik des Performativen*. Frankfurt a. M. 2005: Suhrkamp, 186.

9. Siehe u. a. Gumbrecht, Hans Ulrich: Diesseits der Hermeneutik. Die Produktion von Präsenz. Frankfurt a. M. 2004: Suhrkamp; siehe auch Scherer, Stefan: „Die Evidenz der Literaturwissenschaft“. In: Internationales Archiv für Sozialgeschichte der deutschen Literatur (IASL) 30 (2006), 136-155.
10. Siehe zu solchen Positionen u. a. Fehrmann, Gisela / Linz, Erika: „Resistenz und Transparenz der Zeichen. Der verdeckte Mechanismus in der Sprach- und Medientheorie“. In: Fohrmann, Jürgen / Schüttpelz, Erhard (Hg.): Die Kommunikation der Medien. Tübingen 2004: Niemeyer, 81-104, 81-82.
11. Vgl. ausführlicher zu den Affordanzen bestimmter Medien für das Heroische Falkenhayner et al.: „Heroik – Gewalt – Medialität“, 2018, 61-70. Einige Teile dieses Aufsatzes wurden in den vorliegenden Artikel übernommen.
12. Vgl. Gibson, James J.: The Ecological Approach to Visual Perception. Boston 1979: HMM, hier vor allem das Kapitel „The Theory of Affordances“, 127-144.
13. Vgl. Levine, Caroline: Forms. Whole, Rhythm, Hierarchy, Network. Princeton 2015: Princeton University Press; aber auch Studien aus der materiellen Kultur, den Human-Computer-Interface-Studien, z. B. Leonardi, Paul et al. (Hg.): Materiality and Organizing. Social Interaction in a Technological World. Oxford 2012: Oxford University Press.
14. Zur Modalität von Medien siehe etwa Elleström, Lars: „The Modalities of Media: A Model for Understanding Intermedial Relations“. In: Elleström, Lars (Hg.): Media Borders, Multimodality and Intermediality. London 2012: Palgrave Macmillan, 11-48.

5. Ausgewählte Literatur

Bachmann-Medick, Doris (Hg.): Kultur als Text. Die anthropologische Wende in der Literaturwissenschaft. Frankfurt a. M. 1996: Fischer.

Elleström, Lars (Hg.): Media Borders, Multimodality and Intermediality. London 2012: Palgrave Macmillan.

Falkenhayner, Nicole / Korte, Barbara / Bensch, Matthias J. / Hardt, Maria-Xenia: „Heroik – Gewalt – Medialität: Working Paper der Verbundarbeitsgruppe 7 ‚Medialität‘“. In: helden. heroes. héros. E-Journal zu Kulturen des Heroischen 6.1 (2018), 61-70. DOI: [10.6094/helden.heroes.heros./2018/01/06](https://doi.org/10.6094/helden.heroes.heros./2018/01/06).

Faulstich, Werner (Hg.): Grundwissen Medien. München 1994: Fink, 30-31.

Fischer-Lichte, Erika: Ästhetik des Performativen. Frankfurt a. M. 2005: Suhrkamp.

Fohrmann, Jürgen / Schüttpelz, Erhard (Hg.): Die Kommunikation der Medien. Tübingen 2004: Niemeyer.

Gibson, James J.: The Ecological Approach to Visual Perception. Boston 1979: HMM.

Gumbrecht, Hans Ulrich: Diesseits der Hermeneutik. Die Produktion von Präsenz. Frankfurt a. M. 2004: Suhrkamp.

Leonardi, Paul et al. (Hg.): Materiality and Organizing. Social Interaction in a Technological World. Oxford 2012: Oxford University Press.

Levine, Caroline: Forms. Whole, Rhythm, Hierarchy, Network. Princeton 2015: Princeton

University Press.

Peters, John Durham: *Speaking into the Air. A History of the Idea of Communication*. Chicago 1999: Chicago University Press.

Pocock, John Greville Agard: „Concepts and Discourses: A Difference in Culture?“ In: Lehmann, Hartmut / Richter, Melvin (Hg.): *The Meaning of Historical Terms and Concepts. New Studies on Begriffsgeschichte*. Washington, D.C. 1996, 47-58.

Posner, Roland: „Kultursemiotik“. In: Nünning, Ansgar / Nünning, Vera (Hg.): *Konzepte der Kulturwissenschaften*. Stuttgart 2003: Metzler, 39-72.

Posner, Roland: „Kultur als Zeichensystem: Zur semiotischen Explikation kulturwissenschaftlicher Grundbegriffe“. In: Assmann, Aleida / Harth, Dietrich (Hg.): *Kultur als Lebenswelt und Monument*. Frankfurt a. M. 1991: Fischer, 37-74.

Röttger, Kati: „Intermedialität als Bedingung von Theater: Methodische Überlegungen“. In: Steffen Bläske u.a. (Hg.): *Theater und Medien. Grundlagen – Analysen – Perspektiven*. Bielefeld 2008: transcript, 117-124.

Schanze, Helmut: „Medien“. In: Schanze, Helmut (Hg.): *Metzler Lexikon Medientheorie – Medienwissenschaft*. Stuttgart, Weimar 2002: Metzler, 199-201.

Viehoff, Reinhold: „Medienkultur“. In: Schanze, Helmut (Hg.): *Metzler Lexikon Medientheorie – Medienwissenschaft*. Stuttgart, Weimar 2002: Metzler, 226-229.

Viehoff, Reinhold: „Gattung“. In: Schanze, Helmut (Hg.): *Metzler Lexikon Medientheorie – Medienwissenschaft*. Stuttgart, Weimar 2002: Metzler, 125-127.

Viehoff, Reinhold: „Genre“. In: Schanze, Helmut (Hg.): *Metzler Lexikon Medientheorie – Medienwissenschaft*. Stuttgart, Weimar 2002: Metzler, 127.

Hoff, Ralf / Asch, Ronald G. / Aurnhammer, Achim / Bröckling, Ulrich / Korte, Barbara / Leonhard, Jörn / Studt, Birgit: „Helden – Heroisierungen – Heroismen. Transformationen und Konjunkturen von der Antike bis zur Moderne. Konzeptionelle Ausgangspunkte des Sonderforschungsbereichs 948“. In: *helden. heroes. héros. E-Journal zu Kulturen des Heroischen* 1.1 (2013), 7-14. DOI: [10.6094/helden.heroes.heros./2013/01/03](https://doi.org/10.6094/helden.heroes.heros./2013/01/03).

Wilson, Michele A: „Being-Together: Thinking Through Technologically Mediated Sociality and Community“. In: *Communication and Critical/Cultural Studies* 9.3 (2012): 279-297.

Zitierweise

Sonderforschungsbereich 948: „Medialität“. In: *Compendium heroicum*. Hg. von Ronald G. Asch, Achim Aurnhammer, Georg Feitscher und Anna Schreurs-Morét, publiziert vom Sonderforschungsbereich 948 „Helden – Heroisierungen – Heroismen“ der Universität Freiburg, Freiburg 16.07.2019. DOI: [10.6094/heroicum/md1.0.20190716](https://doi.org/10.6094/heroicum/md1.0.20190716)

Metadaten

DOI	10.6094/heroicum/md1.0.20190716
Schlagworte (DNB/GND)	Medialität , Medientheorie , Held , Heroisierung , Ästhetik , Gattung , Sprachlicher Code , Kommunikation
Karlsruher Virtueller Katalog (KVK)	Medialität , Medientheorie , Held , Heroisierung , Ästhetik , Gattung , Sprachlicher Code , Kommunikation
Lizenz	Creative Commons BY-ND 4.0
Rubrik	Medialität Theorie des Heroischen
Index	Autor(en): Sonderforschungsbereich 948 Personen: Pocock, John , Gibson, Jerome J. Räume: (keine Angaben zum Raum) Epoche: (keine Angaben zur Epoche)

Compendium heroicum

Das Online-Lexikon des Sonderforschungsbereichs 948
„Helden – Heroisierungen – Heroismen“
an der Albert-Ludwigs-Universität Freiburg

In Kooperation mit dem Open Encyclopedia System
der Freien Universität Berlin
www.open-encyclopedia-system.org

Gefördert von der Deutschen Forschungsgemeinschaft

Kontakt

Sonderforschungsbereich 948
„Helden – Heroisierungen – Heroismen“
Albert-Ludwigs-Universität Freiburg
Hebelstraße 25
D-79104 Freiburg im Breisgau

www.compendium-heroicum.de
redaktion@compendium-heroicum.de