

**LUMIS -SCHRIFTEN**  
aus dem  
Institut für Empirische  
Literatur- und Medienforschung  
der  
Universität-Gesamthochschule  
Siegen

Gebhard Rusch

FROM FACE-TO-FACE TO FACE-TO-“FACE”.

Zehn Schritte von der mündlichen Kommunikation  
zum Cyberspace

LUMIS-Schriften 53

1998

**LUMIS - Publications**  
from the  
Institute for Empirical  
Literature and Media Research  
Siegen University

Herausgeber: LUMIS  
Institut für Empirische Literatur- und Medienforschung

Zentrale wissenschaftliche Einrichtung der  
Universität-Gesamthochschule-Siegen  
57068 Siegen

Tel.: 0271/740-4440  
Fax: 0271/740-2533

Redaktion: Raimund Klauser

Als Typoskript gedruckt

© LUMIS-Universität-Gesamthochschule-Siegen  
und bei den Autoren

Alle Rechte vorbehalten

ISSN 0177 - 1388 (LUMIS-Schriften)

Gebhard Rusch

FROM FACE-TO-FACE TO FACE-TO-“FACE”.  
Zehn Schritte von der mündlichen Kommunikation  
zum Cyberspace

LUMIS-Schriften 53

1998

Siegen 1998



# **From Face-to-Face to Face-to-"Face"**

Zehn Schritte von der mündlichen Kommunikation zum Cyberspace\*

---

Gebhard Rusch, Universität-GH Siegen, LUMIS-Institut, D-57068 Siegen

## **Zusammenfassung**

Die medientechnische Entwicklung – so wird in diesem Aufsatz argumentiert – ist orientiert an den kommunikativen Maßstäben, wie sie aus der Face-to-Face-Kommunikation jedem kompetenten Sprecher/Hörer natürlicher Sprache vertraut sind. Technologische Innovationen und deren kommunikative Inanspruchnahmen tendieren also dahin, Merkmale der direkten Kommunikation immer besser und vollständiger auch für indirekte Kommunikationsformen über Raum- und Zeitgrenzen hinweg zu reproduzieren.

Ein Side-Effect dieses Trends ist die Entwicklung und Kultivierung reiner Rezeptionsmedien, die wie z.B. im Falle belletristischer Formen und unterhaltender Angebote in Film, Hörfunk und Fernsehen mit gar keinen kommunikativen (sondern ganz anderen pragmatischen) Handlungsintentionen auf Seiten der Produzenten (i.e. Autoren, Filmemacher, etc.) mehr verbunden sind.

Auf diese Weise werden die kommunikativen (i.e. die kognitiv-sozialen) Wurzeln der Ausdifferenzierung von Informations- und Unterhaltungskultur ebenso freigelegt wie jene, durch die Face-to-Face-Kommunikation gegebenen Rahmenbedingungen aller bisherigen und auch zukünftigen medientechnologischen Entwicklungen.

An Beispielen von der Face-to-Face-Kommunikation, über Schrift und Print, Telefon, Radio und Fernsehen bis zur Kommunikation im Internet werden diese Überlegungen plausibilisiert.

## **Abstract**

The main idea of this article is about the history of media and media use. It is argued that face-to-face communication still serves as the most important measure of media performance, and as the most significant reference directing the way of media development since the advent of the first "new medium": writing. That is to say that the history of media and media technology can be written as a history of trying to better and better reproduce face-to-face conditions for communication across space and time distances. Each of the important steps in the evolution of the media - from print and radio up to the internet - appears to compensate for the weaknesses, handicaps and deficits the latest "new medium" shows compared to the rich interactivity of face-to-face communication. At the same time, however, the achievements of the evolution of media have been cultivated and institutionalized, and have had the strongest impact upon cognition (e.g. literacy) and society (e.g. democracy). One important side effect of these processes is the differentiation of communication and the production of media made for reception.

---

\* Habilitationsvortrag, gehalten am 21.10.1998 im Fachbereich für Sprach-und Literaturwissenschaften der Universität-GH Siegen.

## **From Face-to-Face to Face-to-“Face”**

Zehn Schritte von der mündlichen Kommunikation zum Cyberspace

Der Vortrag gliedert sich in zwei Teile, einen ersten, in dem zwei medienhistorische Hypothesen eingeführt und begründet werden, und einen zweiten Teil, in dem anhand eines Durchganges durch zehn Stationen der medienhistorischen Entwicklung diese Hypothesen weiter plausibilisiert werden. Schließen werde ich – wie es schon die rekursive Formulierung des Titels verlangt – mit demselben Zitat, mit dem ich den Vortrag jetzt beginne.

### **Differenzierung und Entdifferenzierung von Kommunikation und Rezeption**

„Es gibt einen Punkt der Entwicklung, an dem Menschen, wenn sie nur online miteinander verkehren, nicht mehr produktiver, sondern unproduktiver werden. Wenn sie dann noch einen Schritt in die Kreativität tun wollen, müssen sie wieder miteinander sprechen, sich anfassen und berühren, sich umarmen und sich gegenseitig fühlen“ (zit.nach Drewes 1997, 217f).

Mit diesen Worten erinnert *Wolfgang Frühwald* in einem Interview zur Computer-Revolution an die Ressource des „tacit knowledge“, das „nicht durch virtuelle Kommunikation zu aktivieren“ sei, „sondern nur in der persönlichen Begegnung, in der täglichen Zusammenarbeit, im Gespräch von Mensch zu Mensch“ (ebd.). Dieser Gedanke gibt dem Titel meines Vortrages einen medienhistorischen Sinn, den man auf die Formel der Unverzichtbarkeit und Nicht-Substituierbarkeit der Face-to-Face-Kommunikation bringen kann. Selbst für die Kommunikation im Cyberspace bleibt die regenerative Erfahrung der Face-to-face-Kommunikation als Basis menschlicher Verständigung und Kreativität notwendig.

Ich möchte dieses Argument verstärken durch die Behauptung, dass die Face-to-face-Kommunikation nicht nur eine Rekreationsbasis menschlicher Produktivität, sondern – als ontogenetisch primäre, biologisch, kognitiv und sozial stabilisierte, massenhafte und rekurrente Kommunikationsform – auch einen (!) bedeutenden (weil in der Erfahrung von Kommunikatoren verankerten) kognitiven und kommunikativen Maßstab für die Evaluation sämtlicher kommunikations- und medientechnologischer Veränderungen und Innovationen abgibt. Betrachtet man einmal die Geschichte der Kommunikations- und Medientechnik (von der Schrift, über den Druck, die Telegraphie, Photographie, das Kino, Telefon, Radio und Fernsehen bis hin zum Computer) aus dieser Perspektive, so lässt sich die Aufeinanderfolge kommunikations- und medientechnologischer Innovationen als Ergebnis von Bemühungen zur Kompensation der Nachteile, Schwächen und Defizite jeweils entwickelter Kommunikationstechniken im Vergleich

mit der Leistung und den kommunikativen Möglichkeiten von Face-to-face-Kommunikation begreifen.

Heute stehen wir – wie man mit Anschluss an Walter Benjamins Kunstwerkaufsatz sagen könnte – an der Schwelle zur „technischen Reproduzierbarkeit“ der Face-to-face-Kommunikation im Cyberspace. Beim Überschreiten dieser Schwelle schließt sich – sozusagen – eine medienhistorische Entwicklungsgestalt durch die Einholung ihrer Ursprünge und ihres dynamischen Prinzips: from face-to-face to face-to-face, oder genauer: from face-to-face to (cyber-)face-to-(cyber-)face. Als Hybridisierung und Simulation ist diese Variante medienhistorischer Adaptation des Alten im Neuen schon von anderen Medien- und Kommunikationsformen bekannt, z.B. von der Literatur im Radio (z.B. aus Sendungen des Typs „Vorgelesen“), vom Radio im Fernsehen (dem „abgefilmten Radio“, wie ein früher Kritiker abfällig bemerkte; vom Typ „Nachtgeschichten“ (mit H. J. Kulenkampf) oder vom Fernsehen im Computer (derzeit via Steckkarte oder über die Homepages der Programm-Anbieter, demnächst als Video-on-demand oder als Voll-Programmangebot über's Internet).

Welche Bedeutung soll nun die Rede von der Schließung einer medienhistorischen Entwicklungs-Gestalt haben, wenn man den Trend zur „technischen Reproduzierbarkeit“ kommunikativer Interaktivität – mit der gebotenen geschichtsphilosophischen Skepsis – nicht als teleologisches Prinzip der Mediengeschichte missdeutet?

Nun, ich denke, man kann die kommunikative Inanspruchnahme technischer Systeme (von der Schrift bis zum Computer), die – auf welche Sinnesmodalität oder auf welches Bündel von Kanälen auch immer eingeschränkt – Face-to-face-Verhältnisse (schließlich mit dem Ziel funktionaler Äquivalenz) approximieren oder simulieren, gegen jede teleologische Missdeutung als von Kommunikatoren intendierte Herstellung „normaler“ Kommunikationsverhältnisse im jeweils neuen Medium behaupten. („Normal“ kann hier nur deutlich relativiert heißen: bekannt und vertraut aus der persönlichen Erfahrung, die primär durch Face-to-face, jedoch im Verlaufe der Mediengeschichte zunehmend auch durch andere Kommunikationsmedien geprägt wird.)

Dieser Gedanke setzt nun ein ganzes Bouquet von Implikationen im Hinblick auf die Ausformung von Modalitäten der Medien-Nutzung (d.h. von Nutzungsstilen) und der Ausdifferenzierung von Medien-Formaten (d.h. Genres) frei. So wäre etwa davon auszugehen (und mit Blick z.B. auf entsprechende Erfahrungen in Schulunterricht auch zu bestätigen), dass Umfang und Elaborationsgrad z.B. schriftlicher Kommunikationsofferten (etwa in der Brief-Korrespondenz) sich zunächst an den aus der direkten mündlichen Kommunikation vertrauten Verhältnissen orientieren. Dass dies im Ergebnis und gemessen am kommunikativen Erfolg (aus Gründen und unter Umständen, die im einzelnen zu erläutern wären) nicht ausreicht, gibt Anlass, Umfang und Elaborationsgrad

schriftlicher Kommunikationsangebote im Vergleich deutlich zu erhöhen (z.B. durch die Ergänzung von deskriptiven Aussagen, durch die Verbesserung der Anschließbarkeit durch Paraphrasierungen, etc.). So werden, gemessen an der Erfahrung von Verstehen und Verständigung, d.h. gemessen am möglichen Erfolg kommunikativer Bemühungen (wie er aus der direkten mündlichen Kommunikation bekannt ist) und gemessen am jeweils beobachteten Erfolg des Schriftgebrauchs allmählich zweck- und kontext-sensitive Verwendungsstile des Schriftmediums, d.h. Genres, ausgeformt.

Gegen ein oralozentrisches Prinzip medienhistorischer Gestaltschließung, wie es die bisherigen Ausführungen vielleicht nahelegen, spricht jedoch die parallele Beobachtung eines ganz anderen, man könnte sogar sagen, gegenläufigen mediengeschichtlichen Trends. Während nämlich einerseits die „technische Reproduzierbarkeit“ „normaler“ Kommunikationsverhältnisse über Raum- und Zeitgrenzen hinweg möglich wird, entwickelt sich andererseits – und dies ist m.E. ein für die Medienforschung neuer und wichtiger Gesichtspunkt – ein transmedialer Typus reiner *Rezeptionsmedien* als eine Art Meta-Genre, das a-kommunikative Medien-Produktions- und Rezeptionsmodi kultiviert. „Rezeptionsmedien“ möchte ich solche Medien nennen, mit deren Produktion und Angebot keine im engeren Sinne kommunikativen Intentionen, also keine Orientierungsabsichten oder Botschaften im Hinblick auf die Koordination oder Modifikation des Denkens oder Handelns von Adressaten verbunden sind, sondern – neben kommerziellen Interessen – allenfalls noch mehr oder weniger diffuse Ziele der Unterhaltung, Affektation oder Emotionalisierung eines Massenpublikums.

Folgt man der Argumentation von *Gerhard Plumpe* und *Nils Werber* (1993, 30), wonach sich als Leitdifferenz des im 18. Jahrhundert im deutschsprachigen Raum entstehenden Literatursystems die Differenz „interessant / langweilig“, also eine rezeptionsästhetische Kategorie etabliert, so wäre dies – eine Ironie der Mediengeschichte – als Hinweis darauf zu deuten, dass schon die Leserevolution des 18. Jhs. gerade mit einer zunehmenden A-Kommunikativität bzw. einer kommunikativen Entkopplung von (Literatur-) Produktion und Rezeption einhergeht. Es ist sogar anzunehmen, dass die Autonomisierung der Rezeption durch ihre allmähliche Herauslösung aus den Obligationen kommunikativer Verhältnisse – z.B. aus den konversationeller Zugzwängen (Grice, Kallmeyer & Schütze 1976) – die Leserevolution (und später die Zuwendung zu AV-Rezeptionsmedien) nicht unwesentlich verstärkt hat.

Literatur wird seither zunehmend für einen Lektüreprozess gezielt produziert (vgl. ästhetische Kommunikationsmaximen bei Gülich 1980) bzw. in Anspruch genommen, in dem der Autor bzw. Urheber mit seinen Intentionen als Kommunikator (als glaubhafter Zeuge und Berichterstatter, als vor Gefahren Warnender, als Moralerzieher oder als Wort- und Sprachkünstler) immer bedeutungsloser, zugleich aber in seiner so-

zialen Rolle als Poet, Dichter oder Schriftsteller, als Intellektueller und als Produzent einer immer stärker nachgefragten semiotischen Ware deutlich aufgewertet wird.

Dementsprechend wird der Lektüreprozess zunehmend als Distanzierung von Lebenswirklichkeit bzw. als Rückzug aus dem Alltag kultiviert, als ein Prozess, in dem der Leser – in die Privatheit zurückgezogen – durch den Text zu sich selbst kommt, sich vermittelt durch Literatur und Lektüre fortschreitend individualisiert und kommunikativ autonomisiert. In der wissenschaftlichen Reflexion der entsprechenden Phänomene werden folgerichtig Genieästhetiken zunächst von strukturalistischen und schließlich von rezeptionsästhetischen Konzeptionen abgelöst.

Der Kultivierungsprozess a-kommunikativen Rezeptionshandelns hat sich als Auflösung der kommunikativen Einheit von Sender und Empfänger, als Entkopplung von Kommunikator und Rezipient, als fortschreitende kommunikative Autonomisierung von Medienproduzent und -rezipient bis heute fortgesetzt und hat andere Medien (Theater, Radio, Film und Fernsehen) in vergleichbarer Weise erfasst bzw. ist durch die Einwegkommunikation der modernen Massenmedien noch zusätzlich verstärkt worden.

Die Kategorie der Autorintention ist für die literarische Textproduktion und für die literarische Lektüre inzwischen gänzlich irrelevant geworden. Autoren populärer Literatur (z.B. *J. M. Simmel*) sind dabei nur die Ausnahmen, die den Trend bestätigen (und vermuten lassen, dass die Populär-Literatur als Kommunikationsangebot den Verhältnissen mündlicher Kommunikation strukturell und funktional näher steht). Autoren und Leser intendieren bzw. suchen heutzutage keine Botschaften in oder hinter den Texten mehr. Entsprechend sind auch die Produkte der massenmedialen Unterhaltungsindustrie, insbesondere Spielfilm-, Fernsehspiel- und Fernseh-Serien-Produktionen, wenngleich mit künstlerisch oder politisch ambitionierten Ausnahmen, als reine Rezeptionsangebote einzuschätzen, die Zuschauern nicht viel mehr (aber auch nicht weniger) als eine Gelegenheit bieten, bestimmte ihrer audiovisuellen Kompetenzen zu betätigen, sich Erwartungen zu bestätigen (cf. *Uses & Grats, Palmgren*), para-sozial zu interagieren (cf. *Horton & Wohl*) oder ihre Stimmungen zu managen (cf. *Zillman*). Der Gedanke, die Regisseure etwa der Tatort-Reihe oder der Kommissar-Derrick-Folgen im deutschen Fernsehen würden vermitteln wollen, dass sich Verbrechen nicht lohne, taugt bestenfalls noch zur Belustigung.

Auf gerade diese Entwicklung medienindustriell erzeugter Rezeptionsmedien hat sich denn auch die kultur- und gesellschaftskritische Linie der Argumentation in der Medienkritik seit *Brechts* Radiotheorie und *Enzensbergers* medientheoretischem Baukasten eigentlich nur beziehen können. Dass sie ihre in dieser Spezifikation begründete Kritik jedoch auf Medien schlechthin generalisiert hat, erscheint nicht nur deshalb problematisch, weil die Ursachen sicher nicht allein in einem Mangel an richtigem politischem

Bewusstsein (Enzensberger), sondern viel tiefgreifender in der Psychologie und Geschichte der Kommunikation selbst zu suchen sind.

Neben dem Einwegcharakter der Massenmedien sind solche Gründe – wie ich an anderer Stelle ausgeführt habe – einerseits in der Demokratisierung der Lebensverhältnisse und in der Stärkung der Rechtsstellung des Individuums zu finden, andererseits und in deren Folge in einer „Demokratisierung“ der ästhetisch-literarischen Semantik und Interpretationskultur, die es dem individuellen Rezipienten in zunehmendem Maße gestattet, persönliche Lesarten, Sichtweisen und Bedeutungszuschreibungen gegen autoritative Instanzen zu behaupten. Literaturtheorien der letzten Jahrzehnte haben diesen Sachverhalt z.B. dekonstruktionistisch als prinzipielle Unbestimmtheit von Bedeutung (*J. Derrida*; er hat damit selbst pragmatische Lösungen von Kommunikationsproblemen ausgeschlossen), oder z.B. sozialwissenschaftlich als Institutionalisierung von Ästhetik- und Polyvalenz-Konventionen (*S. J. Schmidt*) reflektiert.

Computersatz, Rotationsdruck, Buchfabrikationsstraßen, das Fernsehen und die Digitalisierung in der Nachrichtentechnik und Informationsverarbeitung haben das Angebot an Rezeptionsmedien (z.B. die Zahl der Zeitschriften und Fernsehkanäle) exponentiell wachsen und sich differenzieren lassen mit der Folge, dass das Fernsehen das Buch als Leitmedium abgelöst hat, und die Medien mit der Individualisierung ihrer Angebote zur Zeit nur jene Schritte erst aufholen, die die Individualisierung in der Rezeption schon längst voraus ist.

Betrachtet man nun die zwei medienhistorischen, gegensinnigen Entwicklungslinien in ihrem wechselseitigen Zusammenhang, einerseits die technische Reproduzierbarkeit der Face-to-face-Verhältnisse in der personalen Kommunikation, und andererseits die Entkopplung von Kommunikation (Produktion und Offerte von Medienangeboten mit Orientierungsintention) und Rezeption durch die Massenmedien, so lassen sich drei Entwicklungsstadien bzw. mit Blick auf die Gegenwart drei simultane Ausprägungen unserer Kommunikationsverhältnisse bestimmen (vgl. Abbildung 1): Erstens die Einheit von Kommunikation und Rezeption (vor dem Aufkommen von Massenmedien bzw. in Face-to-face-Situationen), zweitens die Dissoziation dieser Einheit bzw. die Entkopplung von Kommunikation und Rezeption (im Verlaufe der Verbreitung von Massenmedien bzw. in der aktuellen Nutzung von Massenmedien), und schließlich drittens – und damit knüpfe ich an die Gestaltschließungsmetapher an – die Ermöglichung einer neuen kommunikativen Einheit von Produktion und Rezeption unter Einschluss massenmedialer Angebote im interaktiven Medium des Cyberspace, wie sie uns das Internet eröffnet.

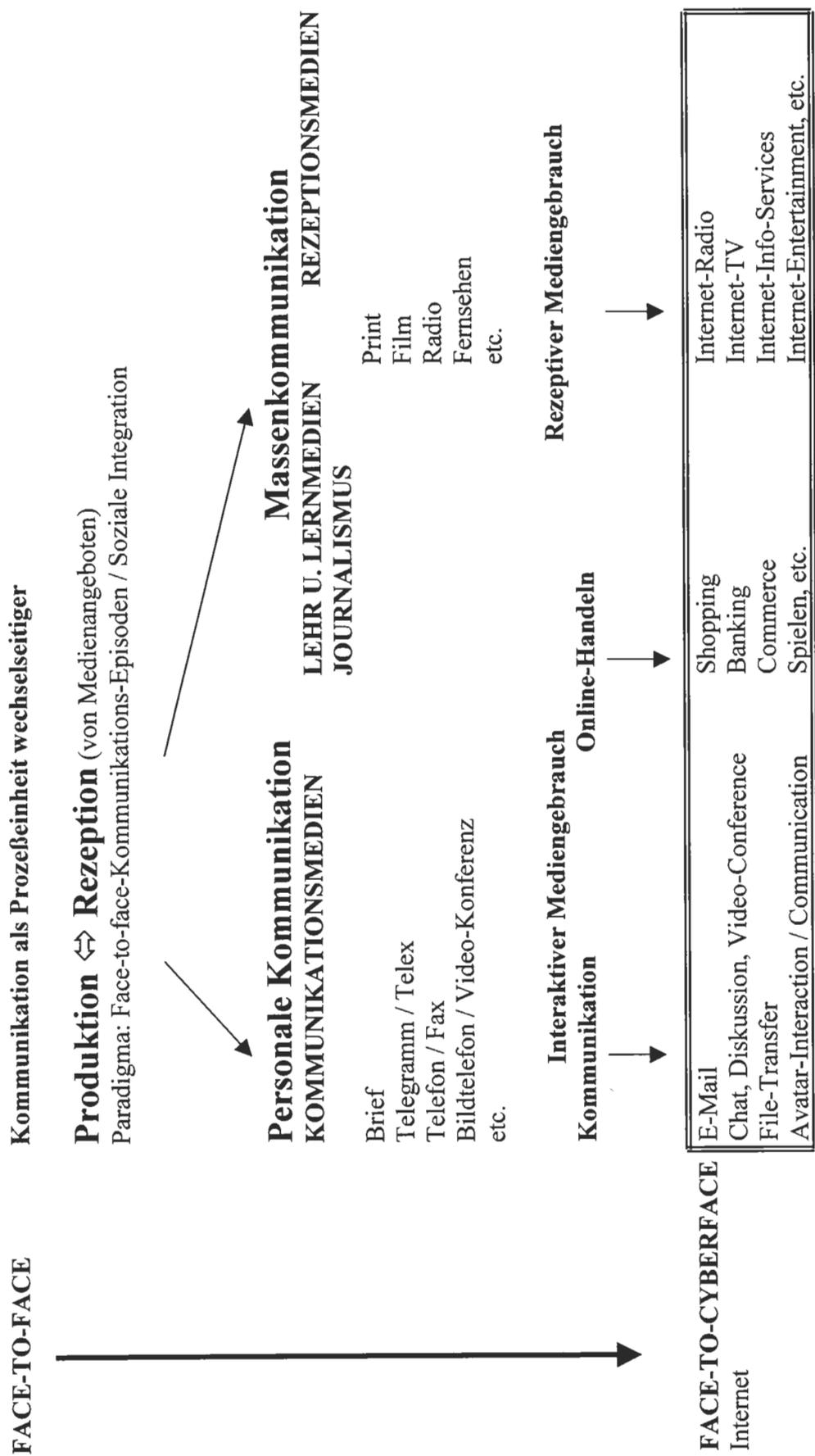


Abbildung 1 Differenzierung (in Personale und Massenkommunikation mit Zwischenformen) und Entdifferenzierung von Kommunikation (durch Integration) auf der Internet-Plattform; Etablierung einer neuen Einheit von (personaler und Massen-) Kommunikation auf einen medientechnischen Integrationsniveau.

An dieser Stelle möchte ich auch auf die Tabelle und die zweite Abbildung aufmerksam machen (im Anhang). Sie sollen illustrieren, dass (1) die Entkopplung von Kommunikation und Rezeption tatsächlich durch eine Reihe funktionaler Unterschiede zu begründen ist, die von Konzepten wie „Massen-“ oder „Verbreitungsmedien“ nur höchst unvollständig berücksichtigt werden, und dass (2) das Internet bzw. die Kommunikation im Cyberspace tatsächlich nicht nur eine medientechnische Integrationsleistung für Kommunikations- und Rezeptionsmedien zu erbringen vermag, sondern insbesondere das Potential zur Reproduktion von Face-to-face-Kommunikation auf einem neuen Niveau mitbringt. Im folgenden werde ich nur gelegentlich auf einige der in den Abbildungen genannten Aspekte zurückkommen.

Die bis hierher vorgetragenen systematischen Überlegungen sollen nun anhand der wichtigsten medientechnologischen Entwicklungen und mit Blick auf ihre kognitiven und kommunikativen Konsequenzen im Vergleich mit der Face-to-face-Kommunikation plausibilisiert werden.

### **Von der mündlichen Kommunikation zum Cyberspace**

Im Überblick über medien- und kommunikationsgeschichtliche Entwicklungen verdient zunächst ein allgemeiner Aspekt betont zu werden: Die Mediengeschichte beginnt nicht erst mit dem Aufkommen von Alphabet-Schriften im 2. Jahrtausend v. Chr. oder dem Buchdruck Mitte des 15. Jhs., sondern hat eine Vor- und Frühgeschichte (cf. Faulstich 1993), die in oralen, kultischen und rituellen Traditionen wurzelt und in großen Teilen auch in den Kommunikationsgemeinschaften des Informationszeitalters noch immer lebendig ist. Man braucht nur an Musik, Tanz und Malerei, Alltagserzählungen oder (nicht zuletzt) an die Stammesrituale von Fußball-Hooligans zu erinnern, um diese Traditionen zu markieren. Dennoch kann man sagen, dass ca. 50% der uns bekannten Kommunikationsmedien erst in den letzten 200 Jahren (cf. Merten 1994) entstanden sind. Setzt man dagegen die Zeitspanne von 35.000 Jahren (Winter & Eckert 1990) seit den ersten Höhlenmalereien zu einer Stunde in Relation, so entspricht dies einer Zeitspanne von nur 20 Sekunden. Die Verdoppelung der Anzahl von Medien in einem vergleichsweise so extrem kurzen Zeitraum ist nicht nur höchst bemerkenswert, sondern soll auch meine Beschränkung auf die Anzahl von 10 Medien rechtfertigen, die somit annähernd 50 % der gesamten Mediengeschichte abdecken.

Aber es gibt weitere, systematische Gründe für die Auswahl. So sehe ich – wie deutlich sein dürfte – die Face-to-face-Kommunikation noch immer als Basis jeder Mediennutzung und die Kommunikation im Cyberspace als aktuellen (und vorläufigen) Endpunkt der medienhistorischen Entwicklung an. Schließlich gehe ich von einer bestimmten Gewichtung zwischen Medien der personalen und der Massenkommunikation

aus, die man z.B. an Nutzungsdauern oder an der Prominenz von Medien festmachen kann, wie sie sich im öffentlichen, politischen und wissenschaftlichen Mediendiskurs dokumentiert.

Die folgenden Ausführungen zu einzelnen Medien müssen sich hier auf wenige, für meine Argumentation wichtige Aspekte beschränken. Mir ist klar, dass im einzelnen natürlich noch sehr viel mehr zu sagen wäre.

### **Face-to-face**

Als Archetyp zwischenmenschlicher Kommunikation ist der Face-to-face-Modus durch eine Reihe von Besonderheiten ausgezeichnet. Er macht die Kommunikationspartner in denkbar umfassendster Weise füreinander präsent: Sie können sich wechselseitig wahrnehmen, also nicht nur ihre Äußerungen hören, sondern auch die Haltung, Gestik und Mimik des anderen, sein Äußeres, seine Reaktionen, sein gesamtes Verhalten in der jeweils gegebenen Situation beobachten. Für die Partner wird somit ein komplexes Geflecht von Wahrnehmungen verfügbar, in das hinein die sprachlichen Äußerungen und Auditionen verwoben sind. Subjektive und kooperative Handlungsvollzüge rahmen das jeweilige Sprachgeschehen ein, das in einer wechselseitig als gemeinsam unterstellten Situation erlebt wird. An Kleidung, Haltung und Habitus können soziale und kulturelle Gemeinsamkeiten oder Unterschiede erkannt werden, gestische Akzentuierungen werden zur Hervorhebung oder Bestätigung eingesetzt, oder signalisieren Unverständnis, Skepsis oder Ironie. Zu dieser Vielzahl von Kontextelementen kommt schließlich noch die Rückfrage, die Antwort, die sprachliche Reaktion des Kommunikationspartners hinzu: die Möglichkeit in einen Dialog einzutreten.

Dies sind ideale Rahmenbedingungen für das Gelingen von Orientierungsinteraktionen. Kein anderer Kommunikationsmodus kann ein solches Maximum an Kontextinformation und Interaktionsoptionen bieten. Die Face-to-face-Kommunikation stellt zugleich den biologisch am meisten begünstigten, ontogenetisch primären und sozial (durch verschiedene Institutionalisierungen) am nachhaltigsten stabilisierten kommunikativen Erfahrungsraum dar.

Aus Sicht einer konstruktivistischen Kommunikations- und Verstehenstheorie ist dies der Rahmen, in dem der kognitiv-soziale „Mechanismus“ der Verständigung aus dem Zusammenwirken zweier kognitiv autonomer Systeme emergiert, wenn eines der Systeme mit Orientierungsintentionen auf das andere einwirkt. Verstehen wird dann attribuiert, wenn Orientierungsziele beobachtbar erreicht sind. In diesem Sinne ist die Face-to-face-Kommunikation der für die Erzeugung zwischenmenschlichen Verstehens und gegenseitiger Verständigung prädestinierte Rahmen. Die Kommunikationspraxis, die für die Klärung bedeutsamer oder komplizierter Sachverhalte (im privaten wie im

kommerziellen, politischen oder wissenschaftlichen Bereich) das persönliche Gespräch – sozusagen als letzte Instanz – präferiert, bestätigt das.

### **Face-to-Letter**

Spätestens seit den Arbeiten z.B. von *Jack Goody* (1996: Entstehung und Folgen der Schriftkultur) kann die Bedeutung der Schrift und der Verbreitung von Literalität für die kognitive, soziale und kulturelle Entwicklung des Menschen und der Gesellschaft kaum überschätzt werden.

Folgende Aspekte sind als besonders bedeutsam hervorgehoben worden:

- ein durch Schrift, Schriftlichkeit und Verschriftlichung induzierter Typ formaler Rationalität mit Folgen für die gesellschaftliche Organisation (z.B. Machtverteilung, Verwaltung, Bürokratisierung, Recht, Wirtschaft) und für die Entstehung neuzeitlicher Wissenschaft (zunehmende Abstraktion, Trennung von Handeln und Beobachten (Luhmann 1984), Wissensproduktion als Aussagenproduktion und der Idee der Wissensakkumulation durch die Akkumulation wahrer Aussagen);
- die Entdeckung, Veräußerlichung und soziale Wirklichkeit von Subjektivität und Individualität (Prozess der Individuierung und Individualisierung) mit Folgen für das (Selbst-) Verständnis des Subjekts und zwischenmenschlicher Beziehungen sowie der Rechtsstellung des Individuums (Winter & Eckert 1990);
- die Entlastungen des menschlichen Gedächtnisses mit der Folge einer Vervielfachung und Diversifikation von Gegenständen des Denkens und der Reflexion sowie der Entstehung neuer (sozialer und medialer) Gedächtnisformen (z.B. Bibliotheken) sowie eines Begriffs von Geschichte (Assmann & Assmann 1994);
- eine starke Fokussierung kognitiver Aktivität auf Visualität, Linearität, Serialität (Kittler 1986; Giesecke (1992) spricht von der „Verschriftlichung des Lebens“) mit der Folge einer entsprechend orientierten „visuellen Semantik“, die die multisensoriellen Semantiken des Mittelalters ablöst (Giesecke ebd.);
- eine zunehmende Homogenisierung (Parallelisierung und Synchronisation) von Kognitionsstilen (z.B. schriftlogisches Denken und Argumentieren, wie gedruckt reden, etc.) (Goody 1981) mit der Folge einer größeren Geschlossenheit von Gesellschaft (Goody & Watt 1986), der Senkung von Ambiguitätstoleranz (Erhöhung von Kohärenzanforderungen) und einer zunehmenden Autonomisierung des Textes (Assmann & Assmann 1994);
- die potentielle Dauerwirkung schriftlich fixierter Aussagen, ihre prinzipielle Zugänglichkeit für beliebige und beliebig viele Personen (Merten 1994) eröffnet zeitlich, räumlich und sozial entgrenzte Kommunikationsräume mit der Folge der Entstehung und Verschärfung des Problems der Textbedeutung und der Erfindung der Hermeneutik zur Bearbeitung und Lösung dieses – bis heute virulenten – Problems.

Mit der Schrift ist – vor der Folie der Face-to-face-Kommunikation gesehen – ein ewig „neues“ Medium in unsere Kommunikationsverhältnisse getreten, das uns selbst nach 2000 Jahren Schriftkultur noch immer und immer wieder neu zu verunsichern vermag, und zwar umso mehr, je mehr sich soziale Beziehungen und Bindungen gesellschaftsweit lockern und die Individualisierung auch in der Medienrezeption und die Autologisierung des Verstehens zunehmend gegen kommunikative Anforderungen immunisieren. Die Schrift hat nicht nur die Kommunikation zeitlich und räumlich distanter Kommunikationspartner (z.B. durch Brief-Kommunikation) ermöglicht, sondern zugleich auch Kommunikator und Rezipient voneinander distanziert, personale und raum-zeitliche Referentialisierbarkeit problematisch werden lassen (durch entfernte, dem Leser unbekannt Referenten, kontrafaktische Aussagen, Fiktionalität) und die Kommunikation entschleunigt. Damit hat die Schrift Reflexionszeit freigesetzt und Distanzierungsmöglichkeiten in die Beziehung von Sprecher und Hörer, Autor und Leser eingeführt. Sie hat spezifische Verstehensprobleme und einen spezifischen Bedarf für – sagen wir – „semantische Serviceleistungen“ wie Kommentierung, Exegese, Interpretation erzeugt, die das Ausgangsproblem i.a. nicht nur vervielfacht, sondern immer weiter kompliziert haben. Wo immer es auf genaues Schreiben oder Lesen ankommt, sind wir in Bedeutungsprobleme verstrickt und geraten immer tiefer in sie hinein. Die pragmatische Lösung in solchen Fällen ist das klärende Gespräch unter den Beteiligten, unter Fachleuten und Interessierten, d.h. die sozialverträgliche Aushandlung einer konsensuellen Lesart, also gerade keine text-hermeneutische, sondern eine politische Lösung.

### **Face-to-Print**

So unterschiedlich die Ansätze und Erklärungen der Medienforscher und Medienphilosophen von *Marshall McLuhan* (und *Innis*) über *Michael Giesecke* bis hin zu *Friedrich A. Kittler* auch sein mögen, in der Bewertung der Bedeutung des Buchdruckes (seit Mitte des 15.Jhs.) sind sich die genannten und die meisten anderen Autoren einig: die Gutenberg-Pressen schuf die erste mediale Galaxis, erbrachte eine bis dahin ungekannte soziale (nationale, und in Ansätzen internationale), und kognitive (am bürgerlichen Bildungsbegriff festzumachende) Integrationsleistung.

Im Vergleich mit den bereits für die Schrift genannten Folgen, bedeutet die durch das Druckverfahren erreichte Vervielfältigungsgeschwindigkeit zusammen mit immer leistungsfähigeren Distributionssystemen zunächst eine Verallgemeinerung und Vervielfachung aller bereits für die Schrift reklamierten Folgen.

- Nach der Ermöglichung eines neuzeitlichen Wissenschaftsverständnisses bringt der Druck nun eine Wissensexplosion und eine Ausfächerung von Disziplinen mit sich (Assmann & Assmann 1994).

- Nach dem Abstraktionsschub der Schrift bringt der Druck eine weitere Steigerung der Zeichenabstraktion mit einer zunehmenden graphischen Standardisierung mit sich; dies mündet schließlich in der Entwicklung einer nationalsprachlichen Orthographie, Lexik und Grammatik, also in einer Standardisierung auch der gesprochenen Sprache (ebd.; vgl. Kittler: Aufschreibesysteme; hier greifen verschiedene Entwicklungen ineinander und verstärken sich: Kittler betont die Rolle der Alphabetisierung durch Phonetisierung, durch „Muttersprache“ als Schub für die Popularisierung der Lektüre).
- Der Buchdruck etabliert Zeitungen und Bücher als erste Massenmedien, und befördert dadurch die Entwicklung einer Massenkultur, einer über das gedruckte Wort bestimmten Öffentlichkeit und sozialen Wirklichkeit.
- Die Autonomisierung der Texte und ihrer Inhalte schreitet durch die Verleihung einer ihnen eigenen typographischen Form fort (cf. Typographie; Giesecke), die keine Spuren menschlicher Motorik mehr trägt. Graphematische Textualität wird – sozusagen – zur Seinsweise von Wissen und Sinn. Die Wirklichkeit ist in Büchern aufgehoben.

Es sind aber nicht nur die Outputs der Druckereien, die schließlich im 18. Jh. zur Emergenz eines Literatursystems (S.J.Schmidt) und zur Leserevolution führen. Parallel greifen staatliche Maßnahmen zur Institutionalisierung und Verbreitung von Bildung und Ausbildung (Schulen, Universitäten, staatliche Bildungshoheit), emanzipiert sich das Bürgertum, entwickeln sich Handel und Industrie, entstehen allein im Umfeld der Druckmedien zahlreiche neue Berufsfelder und Handlungsrollen.

Der Druck beschleunigt die Verbreitung von Wissen und trägt durch die vervielfachten Partizipationsmöglichkeiten (Teilnahme in sich professionalisierenden Handlungsrollen) eines immer größer werdenden Lesepublikums ganz entscheidend zur weiteren Demokratisierung der Lebensverhältnisse bei.

Im Vergleich mit der stets weiterlaufenden Face-to-face-Kommunikation haben diese Entwicklungen eine fortschreitende kommunikative Distanzierung von Autor und Leser zur Folge. Wie im Falle des „Werther“ ist es gerade nicht der Autor Goethe, der zur Kultfigur wird, sondern der Held seines Romans. Para-soziale Beziehungen und Identifikationen beginnen das Verhältnis von Text und Leser immer stärker zu bestimmen. Der Text tritt nicht als Brücke zwischen Autor und Leser, sondern als eine eigene Wirklichkeit.

### **Face-to-Telegraph**

1844 wurde die erste Telegraphenleitung zwischen Washington und Baltimore (cf. Faulstich 1993; cf. Hammel 1994, 66) eingerichtet; 1851 wird das erste Seekabel zwi-

schen Dover und Calais, 1857 die Verbindung zwischen Europa und Afrika, 1866 die erste dauerhafte transatlantische Kabelverbindung geschaffen. Die Welt wird verkabelt und verdrahtet, allein in Deutschland mit 5100 Stationen. Im Jahr 1900 steht schließlich die erste transatlantische Funkverbindung, die drahtlose Telegraphie schließt die letzten Winkel der Erde in einen globalen und schließlich über den Globus weit hinausweisenden Kommunikationsraum ein.

Die Telegraphie ist ein technisch außerordentlich voraussetzungsreiches System, Kabelstrecken, Sende und Empfangsanlagen, die komplizierte Bedienung im Tastfunk, stehen einer individuellen Nutzung zunächst entgegen. Erst das Telefon erschließt diese Technologie einer Massennutzung.

Im Vergleich mit der Face-to-Face-Kommunikation ist die Reduktion kommunikativer Komplexität auf das Telegramm (das als Format bis heute erhalten ist, wenngleich per Telefon in natürlicher Sprache übermittelt) exorbitant. Der Zeitgewinn bei der telegraphischen Übermittlung von Nachrichten überwiegt aber offenbar sowohl diese Reduktivität, wie auch die teilweise Öffentlichkeit bzw. den Mangel an Privatheit durch den Einschluss von Telegraphen-Personal.

Die Face-to-Face-Vertraulichkeit von Kommunikation schafft sich aber auch hier durch z.B. die Vereinbarung von geheimen Codes eine dem Medium gemäße kommunikative Form. Eine Adaptation anderer Art ist die selektive Nutzung für ausgesprochene Kurzmitteilungen, mit der das Medium neben dem Brief eine Nische findet. Die Telegraphie bleibt für den Nutzer ein schriftgebundenes Medium, das als solches auch die Probleme der Bedeutungsfindung und Referentialisierung von den anderen Schrift- und Druckmedien erbt. Es fällt auf, dass dieses Medium womöglich das einzige ist, das nicht als Medium künstlerischer Gestaltung oder für Zwecke der Unterhaltung genutzt worden ist. Vielleicht darf dieser Umstand als Indiz dafür gewertet werden, dass die kommunikativen Kosten dieses Mediums im Vergleich mit den Gewinnen in der Beschleunigung und der Überwindung immer größerer Distanzen doch zu erheblich sind.

### **Face-to-Photo / Face-to-Film**

Im hier verfolgten Zusammenhang ist der Aspekt zentral, dass Photographie und schließlich Film die Techniken zur Reproduktion visueller Wahrnehmungsräume und -sequenzen liefern, die mit der technischen Perfektionierung immer zuverlässiger und überzeugender die Illusion audio-visueller Teilhabe, d.h. der Augenzeugenschaft erwecken. Die photographische und filmische Abbildung zusammen mit der Tonaufzeichnung ist seit ihren Ursprüngen mit einem hohen Authentizitätsbonus bedacht worden, der trotz der bekannt gewordenen Fälschungen von Fotos (z.B. in der politischen Propaganda), der künstlerischen Photomontagen und Verfremdungen sowie der jedem

Photoamateur bekannten Manipulationstechniken kaum ernsthaft verunsichert werden konnte. Die in den Familienalben konservierten Augenblicke würden auch grundsätzliche Zweifel verbieten. Daran wird nicht einmal die Bearbeitung digitaler Amateurfotos am Computer etwas ändern, schließlich werden die Bilder nur „korrigiert“ oder „verschönert“, und nicht etwa „gefälscht“.

Als Kommunikationsmedium eignen sich Photo und Film nur unter definierten Voraussetzungen im Rahmen z.B. ästhetischer oder politischer Kommunikation. Sie verstärken die bereits durch die Schrift eingebrachte visuelle Orientierung, die Trennung von Handeln und Beobachten, wodurch sie sich als Rezeptionsmedien prädestinieren, vermittels derer Erinnerungsarbeit und Kommunikation in Gang gesetzt und gehalten werden können.

Photo und Film haben neben ihrer Verwendung zu Zwecken der Dokumentation (im Journalismus, in den Wissenschaften und im Privatbereich) vor allem durch die künstlerische Gestaltung von photographischen und filmischen Wahrnehmungsräumen und -sequenzen das Sehen neu motiviert (im doppelten Sinne), die Wahrnehmung schnitt-technisch formatiert und dadurch ein Bewusstsein geschaffen für die Gestaltbarkeit audio-visueller Wirklichkeit.

Mit der Perfektionierung der audio-visuellen Illusion hat der Film den Zuschauer stärker als andere Medien zuvor emotionalisieren und zu Identifikationen und zur Etablierung para-sozialer Beziehungen nötigen können.

### **Face-to-Phone**

Erst mit dem Telephon (also ab 1878) wird distante Kommunikation in Echtzeit auf verbal-auditiver Ebene (transkontinental, transatlantisch und global) und schließlich für jedermann möglich. Außerdem bietet dieses Medium echte verbale Interaktionsmöglichkeiten, einschließlich einer großen Zahl von aus der Face-to-face-Kommunikation vertrauten Strategien des Tests und der Sicherung von Verstehen.

Dabei ist besonders bedeutsam, dass diese Technologie die Stimmlage, Intonation und artikulatorischen Eigenarten des Sprechers am Empfangsgerät erkennbar reproduziert. Das gestattet die personale auditive Identifikation bzw. Wiedererkennung der Gesprächspartner, die – auf der Basis der alltäglichen Face-to-Face-Erfahrungen – eine sogar körperlich empfundene Nähe zu suggerieren vermag. Dies ist für die Bestandssicherung intimer sozialer Beziehungen bei längerer räumlicher Trennung der Partner von erheblicher Bedeutung, wie der intensive Telefonkontakt unter Freunden, Partnern oder Familienmitgliedern zeigt. Das Telefon gestattet, anders als sein unmittelbarer Vorgänger, auch die intime und private Kommunikation (die freilich des ständig erneuerten Schutzes gegen Lauschangriffe bedarf).

Für mein medienhistorisches Argument ist dies wesentlich, weil hier – wenn gleich beschränkt auf den verbal-auditiven Kanal – eine erste wirkliche medientechnische Reproduktion einer bedeutenden Dimension der Face-to-Face-Kommunikation vorliegt. Die rasante Verbreitung und der kommerzielle Erfolg des Telefons sowie bestimmte seiner Anwendungen, z.B. im Telefon-Sex, verweisen über die bekannten Annahmen hinaus auf diese zentrale kommunikative Dimension.

An dem genannten Beispiel, aber auch in den Telefon-Chat-Räumen und Party-Lines, wird die Adaptationsmechanik der Nutzung des Mediums nach der jeweiligen Interessenlage der Nutzer deutlich, die einen kommunikationstechnischen Nachteil, nämlich die Nicht-Sichtbarkeit des Gesprächspartners als Anonymität für Unterhaltungszwecke und ein im Vergleich mit dem mentalen Training der Phantasie in der literarischen Lektüre erheblich konkreteres Probehandeln funktionalisiert.

Das Telefon weist seit seinen Kindertagen fließende Übergänge zum Radio auf. Als Medium für Informations- und Unterhaltungszwecke, das zugleich – und zwar sofort nach Face-to-Face – ein Medium personaler Kommunikation ist, stellt es eine erste medientechnisch integrierte Plattform dieser drei Kommunikationsbereiche dar.

### **Face-to-Radio**

Nach den Ausführungen zum Telefon muss das Radio (seit 1923 in Deutschland eingerichtet), das in der Terminologie der deutschen Sendeanstalten bezeichnenderweise „Hörfunk“ heißt, als eine Verkürzung auf auditive Unterhaltungs- und Informationsfunktionen angesehen werden, die dieses Medium als Rezeptionsmedium prädestinieren. Anders als das Telefon erreicht das Radio mit seinen Ausstrahlungen jedoch ein Massenpublikum. Durch die Übertragungsgeschwindigkeit und die Reichweite wirkt es zeitlich und räumlich entgrenzend, es fixiert ein Massenpublikum in simultaner Rezeption. Dadurch vermag dieses Medium erstmals massiv taktgebenden Einfluss zu nehmen auf den Tagesablauf und Lebensrhythmus der Menschen. Die Erreichbarkeit eines Massenpublikums macht dieses Medium zu einem sensiblen Instrument zur Distribution von Informationen. Wenn kein anderes, ähnlich schnelles Medium als Vergleichs- und Kontrollinstanz verfügbar ist, erzeugt das Radio eine informationelle Abhängigkeit des Publikums mit einem schon für die Tagespresse uneinholbaren Zeitvorsprung. Damit entsteht zugleich ein entsprechend angepasstes Konzept von Aktualität, das mit der Live-Übertragung von Ereignissen ein nicht mehr überbietbares Niveau erreicht. Das Radio trägt Ereignisse aus der Welt simultan in die Stuben der Zuhörer, die dadurch zu technisch vermittelten Ohrenzeugen werden, also eine technisch vermittelte auditive Anwesenheit an einem entfernten Ort realisieren können. Das Medium erzeugt dadurch potentiell eine aktustische Nähe zu Sprechern und Ereignissen, wie sie sonst nur im nicht medialen Erleben gegeben ist. Das permanente Angebot von Radioprogrammen

und ihre jederzeitige Einschaltmöglichkeit machen dem Zuhörer Moderatoren und Sender als verlässliche Rezeptions-Partner verfügbar, erzeugen aber zugleich das Gefühl, den Kontakt zur Wirklichkeit zu verlieren, wenn das Gerät ausgeschaltet ist. Dies mag ein Hinweis zur Erklärung des Umstandes sein, dass das Radio zu einem Hintergrundmedium geworden ist; das Fernsehen ist im Begriff (gegenwärtig noch beschränkt auf bestimmte Sendezeiten und Programmformen) eine ähnliche Entwicklung zu nehmen.

Anders als die schriftbasierten Medien stellt das Radio vergleichsweise geringe Zugangs-Anforderungen an die Zuhörer, so dass es zu einem Medium für alle Altersgruppen und Bildungsschichten werden konnte.

### **Face-to-Television**

Das Fernsehen stellt – aus der Sicht der hier verfolgten Argumentation – eine Verknüpfung der kommunikativ relevanten Merkmale von Hörfunk und Film dar. Es geht über die bereits angesprochenen Aspekte nur in zwei Punkten hinaus: Erstens entfaltet es als audio-visuelles Fenster zur Welt eine deutlich größere Attraktivität und Nachhaltigkeit der Zuwendung. Zweitens verstärkt die Rekurrenz des Auftretens von Moderatoren, Sprechern und Protagonisten (z.B. in den Programmansagen, den Nachrichten oder den Daily Soaps) und ihre wirklichkeitsnahe Optik bzw. Präsentation die Bereitschaft der Zuschauer zur Etablierung para-sozialer Beziehungen, die alle wesentlichen Merkmale echter sozialer Beziehungen aufweisen. In der Fernseh-Rezeption wird dadurch die mediale Barriere zwischen der Welt der Zeichen, des Zelluloids, der elektronischen Signale und der Pixel einerseits und der Wirklichkeit andererseits durchbrochen. Für die Etablierung vollwertiger Sozialbeziehungen fehlt dem Medium allein die Interaktivität.

### **Face-to-Tele-Face**

Die deutsche Telekom verschiebt mit ihren Telefonrechnungen (bereits zum wiederholten Male, was Rückschlüsse auf den Erfolg dieser Maßnahmen nahelegt) mehrseitige Farbprospekte eines ganz neuen Endgerätes, des Bildtelefons. Wie von Konferenzschaltungen aus dem Fernsehen, oder von Video-Konferenzen bekannt, stellt das Bild-Telefon den Kommunikationspartnern eine audio-visuelle, telematische Reproduktion ihres Gegenüber zur Verfügung. Mit dieser Technik ist ein in der Mediengeschichte noch nie dagewesener Grad der Reproduktion von Face-to-Face-Kommunikation möglich. Noch sind die Bildschirme zu klein, um eine lebensgroße telematische Reproduktion der Gesprächspartner zu ermöglichen. „Telepräsenz“ ist das neue Schlagwort. Aber schon die derzeitigen Bedingungen erlauben die Realisierung eines Grades von Verständigung wie er sonst nur aus der Face-to-Face-Situation bekannt war. Handy-Bildtelefone werden bald Gespräche bei einem gemeinsamen Spaziergang an verschiedenen

Orten gestatten und situative Zusatz-Informationen über die jeweiligen Aktionskontexte der Kommunikationspartner liefern: Kontext verdreifacht! Face-to-Tele-Face-Kommunikation, die technische Einholung der kommunikativen Ursprünge generiert sofort neue Irritationen, aus denen neue Arten von Kommunikationsproblemen, aber auch neue kommunikative Optionen entstehen; z.B. kooperatives Fernwirken, in der Medizin schon bald Routine, in der Kundenbetreuung von Beratern ersehnt, um sich selbst und ihren Kunden die Peinlichkeit laienhaft falscher Diagnosen und Symptombeschreibungen bei Problemen z.B. mit der Spülmaschine oder dem Computer zu ersparen.

### **Face-to-Cyberface**

Das Internet ist mittlerweile die am weitesten entwickelte multimediale Integrationsplattform, das vielfältigste Verbundmedium. Es koppelt schriftliche und audiovisuelle Kommunikationsformen (e-mail, Bildtelefon) mit Informations- und Unterhaltungsangeboten aus dem Bereich der Rezeptionsmedien (Datenbanken, Literatur, Audio- und Filmsequenzen) ebenso wie dem der interaktiven Formen (Chat, Online-Spiele, etc.).

Es erlaubt somit eine multimodale Rezeption, wie sie bereits von anderen Medien und Medienverbänden bekannt ist, jedoch in direkter Kopplung mit Optionen für die personale Kommunikation. Über „mail-to“-Schaltflächen auf den meisten Homepages sind auch fremde Personen in einem vertraulichen Medium, nämlich dem Brief, direkt adressierbar. Mehr noch, die Mail wird sie in Sekunden weltweit erreichen. Innerhalb von Minuten kann eine Rückantwort vorliegen. Das erzeugt und verstärkt ein Gefühl von Gemeinschaft und anonymer Vertrautheit. Die in den Anfängen noch gegebene Beschränkung der e-mail-Korrespondenz auf den ASCII-Zeichensatz, und die ausgreifende Schrift-Chat- und Diskussions-Kultur im Netz haben zur Erfindung meta-kommunikativer Zeichen, den sog. Smilies oder Emoticons geführt. Sie signalisieren Stimmungen, tönen die geschriebenen Texte emotional, und sie sind – bezeichnenderweise – überwiegend Icons für die menschliche Mimik und Gestik.

Die Interaktivität, die sich im e-mail-Bereich durch den schnellen Austausch elektronischer Nachrichten (inkl. unterschiedlicher Datei-Anhänge, Text, Graphik, Audio- oder Video-Files) vollzieht, findet im Online-Handeln (Shopping, Banking, Spielen, etc.) eine weitere Realisierung, die als aktives Fernwirken charakterisiert werden. In allen diesen Bereichen zeigt sich aber, dass das Internet ein wesentlich literales Medium ist, selbst wenn der Typus des elektronischen Textes, der Hypertext, mit seinen unbegrenzten aktiven Verweismöglichkeiten anstelle von Linearität als Text-Organisationsprinzip multiple, heterarchische oder rhizomatische Strukturen setzt. Wie die frühe künstlerische Inanspruchnahme dieses Mediums zeigt, eröffnet es einer an die Standards der Schriftkulturen bündig anschließenden Kreativität neue Spielräume ohne prinzipielle oder spektakuläre Änderungen (schließlich sind Fuß- oder Endnoten als Verweis-

apparate, Indizes, Textanhänge und Literaturverzeichnisse, selbst multimediale Formen wie z.B. bei der Bertelsmann Enzyklopädie von den Schrift- und Printmedien her bekannt).

Der Bildtelefonie fehlen aber – selbst in ihrer Integration im Internet – zur weiteren Annäherung an die Face-to-Face-Verhältnisse noch mehrere sensorische und motorische Dimensionen. Hier ist vor allem an den Tast- und Stellungssinn und die entsprechende taktile Körpererfahrung in der Kommunikation, insbesondere aber auch an die Möglichkeit des physischen Einwirkens auf den Partner, durch Veränderung der Körperdistanz, durch Berührung usw. zu denken.

Auch in diesem Bereichen bietet der Cyberspace ein erstes Experimentierfeld, in dem virtuelle Räume (Zimmer, Gebäude und Landschaften) durch Bewegungen von Joysticks, oder durch Körperbewegungen, die elektronisch abgetastet werden, durchstreift werden können. Wohin aber geht der wirkliche Körper, wenn sein Besitzer in einem Daten-Anzug steckt, ein Binokular trägt, in das stereometrische Projektionen übertragen werden, die ihm den Eindruck vermitteln, sich auf einer weiten Ebene zu befinden? Die Materialität der wirklichen Räume setzt hier die Grenzen, so wie die Zeichenhaftigkeit der virtuellen Gehwege und Mauern jede Widerständigkeit vermissen lässt. Die virtuelle Wand kann (bei entsprechender Programmierung) ohne Probleme durchschritten werden, weil sie eben nur das Image (also weniger noch als das Bild) einer Wand ist.

Körpererfahrung im Cyberspace kann nur heißen: aus dem Cyberspace induzierte Körpererfahrung. Wer ein Handy mit Vibrations-Call hat, weiß, was das bedeutet. Lisa Palac, die Erfinderin des Cyber-Sex, hat mit Geräten zur sexuellen Fernstimulation experimentiert – am Ende hat sie einen Journalisten aus Fleisch und Blut geheiratet.

Was aber im Falle des Cyber-Sex belächelt werden mag, ist in der Medizintechnik dabei, aus dem Experimentierstadium entlassen zu werden; erste Fern-Operationen sind erfolgreich verlaufen. Die Technik bietet dem Operateur nicht nur visuelle Daten, sondern über sein Operationsbesteck auch taktile Widerständigkeit, wie sie für die Führung des Skalpells unabdingbar ist.

Der Cyberspace eröffnet der Reproduktion von Face-to-Face als Cyberface-to-Cyberface-Konstellation noch eine weitere Option, nämlich die Kommunikation zwischen virtuellen Stellvertretern der wirklichen Kommunikatoren, eine Kommunikation zwischen Cybernauten oder Avataren, mit der die Einheit von Kommunikationsraum und Kommunikationszeit im Cyberspace ebenso reproduziert werden kann, wie die Möglichkeit der Einwirkung auf den virtuellen Körper des anderen. Die technischen Möglichkeiten dafür sind in hunderten der neuesten Computergames längst umgesetzt.

Bildtelefonie oder die Interaktion virtueller Stellvertreter oder Kopien von Kommunikationspartnern in Kombination mit taktilen Feedback-Systemen könnten der nächste Schritt in die medienhistorische Zukunft der Kommunikation sein.

## Schluss

Solange die Kommunikation im Netz in einem wie immer vermittelten Sinne die Kommunikation zwischen Menschen ist – das muss nicht so bleiben, wie die jüngsten Entwicklungen künstlichen Lebens im Cyberspace (in Gestalt selbstoptimierender Hardware und lernfähiger Programme) nahe legen – solange also hinter den virtuellen Kommunikatoren noch menschliche Kommunikatoren personalisierbar agieren, wird die Face-to-Face-Kommunikation – wie die vorgetragenen Überlegungen zeigen sollten – aller medienhistorischen Erfahrung gemäß ihr Maßstab bleiben.

„Es gibt einen Punkt der Entwicklung“, so hatte ich Wolfgang Frühwald eingangs zitiert, „an dem Menschen, wenn sie nur online miteinander verkehren, nicht mehr produktiver, sondern unproduktiver werden. Wenn sie dann noch einen Schritt in die Kreativität tun wollen, müssen sie wieder miteinander sprechen, sich anfassen und berühren, sich umarmen und sich gegenseitig fühlen.“

## Literatur

- Assmann, Aleida und Jan Assmann 1994. "Das Gestern im Heute. Medien und soziales Gedächtnis". In: K. Merten, S. J. Schmidt und S. Weischenberg (Hg.), *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen, 114-140.
- Brecht, Berthold 1968 (1932). "Der Rundfunk als Kommunikationsapparat". In: Ders., *Gesammelte Werke* Bd. 18, Frankfurt/M., 127-134.
- Drewes, Detlef 1997. *Die Online Gesellschaft*. Die virtuelle Zukunft hat begonnen. München
- Enzensberger, Hans Magnus 1970. "Baukasten zu einer Theorie der Medien". In: *Kursbuch* 20, Frankfurt/M., 159-186.
- Faulstich, Werner und Corinna Rückert 1993. *Mediengeschichte*. 2 Bde.. Bardowick.
- Giesecke, Michael 1992. *Sinnenwandel, Sprachwandel, Kulturwandel*. Studien zur Vorgeschichte der Informationsgesellschaft. Frankfurt/M.
- Goody, Jack 1981. *Literalität in traditionellen Gesellschaften*. Frankfurt/M.
- Goody, Jack, Ian Watt und Kathleen Gough 1996: *Entstehung und Folgen der Schriftkultur*. Frankfurt/M.

- Grice, H. Paul 1969. "Utterer's Meaning and Intentions". In: *The Philosophical Review*, 78, 147-177
- Gülich, Elisabeth 1980. „Konventionelle Muster und kommunikative Funktionen von Alltagserzählungen“. In: Konrad Ehlich (Hrsg.). *Erzählen im Alltag*. Frankfurt/M.:Suhrkamp, 335-384.
- Hammel, Eckhard 1994. "Medien, Technik, Zeit. Zur Geschichte menschlicher Selbstwahrnehmung". In: M. Sandbothe, W. Ch. Zimmerli (Hg.), *Zeit, Medien, Wahrnehmung*. Darmstadt, 60-78.
- Horton, Donald und Richard L. Wohl 1956. "Mass Communication and Para-Social Interaction". In: *Psychiatry*, Vol. 19, 215-229.
- Innis, Harold 1950. *The Bias of Communication*. Toronto.
- Kallmeyer, Werner & F.Schütze 1976. „Konversationsanalyse“. In: *Studium Linguistik* 1, 1-28.
- Kittler, Friedrich A. 1986. *Grammophon, Film, Typewriter*. Berlin.
- Luhmann, Niklas 1984. *Soziale Systeme*. Frankfurt/M.
- McLuhan, Marshall 1995 (1989). *The Global Village*. Der Weg der Mediengesellschaft in das 21. Jahrhundert. Paderborn.
- Merten, Klaus 1994. "Evolution der Kommunikation". In: K. Merten, S. J. Schmidt und S. Weischenberg (Hg.), *Die Wirklichkeit der Medien*. Opladen, 141-162.
- Palmgren, Philip 1984. „Der „Uses and Gratifications Approach“. Theoretische Perspektiven und praktische Relevanz“. In: *Rundfunk und Fernsehen*, 32.Jg. 1984/1, 51-65
- Plumpe, Gerhard und Nils Werber 1993. "Literatur ist codierbar. Aspekte einer systemtheoretischen Literaturwissenschaft". In: S. J. Schmidt (Hg.), *Literaturwissenschaft und Systemtheorie*. Opladen, 9-43.
- Schmidt, Siegfried J. 1980. *Grundriß der Empirischen Literaturwissenschaft Bd. 1 Der Gesellschaftliche Handlungsbereich Literatur*. Braunschweig, Wiesbaden.
- Schmidt, Siegfried J. 1989. *Die Selbstorganisation des Sozialsystems Literatur im 18. Jahrhundert*. Frankfurt/M.
- Winter, Rainer und Roland Eckert 1990. *Mediengeschichte und kulturelle Differenzierung*. Opladen.
- Zillman, Dolf und Jennings Bryant 1985. "Affect, Mood, and Emotions as Determinants of Selective Media Exposure". In: D. Zillmann, J. Bryant (Eds.) *Selective Exposure to Communication*. Hillsdale/Hove, 157-190.

## Anhang

### Zu Abbildung 2 und Tabelle 1

7 allgemein als relevant anzusehende Faktoren für Leistungen bzw. Qualitäten von Medien mit zusammen 12 bipolaren Bewertungsskalen wurden für Einschätzung der zehn ausgewählten Medien nach diesen Faktoren bewertet.

Das Ergebnis zeigt für Kommunikations- und Rezeptionsmedien deutliche Differenzen in 9 von 12 Dimensionen; die relative Nähe in drei Aspekten ergibt sich aus der "Abhängigkeit" der Nutzung von Ressourcen, Geräten, Objekten, aus der gleichgewichteten Selbst- und Fremdbestimmtheit in der Nutzung und aus z.T. vergleichbaren Speichereigenschaften. Die deutlichsten Differenzen treten dennoch in den Nutzungseigenschaften („produktiv-rezeptiv“ und „ereignishaft-wiederholbar“), dem Verbreitungsfaktor (cf. den Begriff der Verbreitungsmedien), dem Raumfaktor sowie dem Sozial- und Verstehensfaktor auf. Darüberhinaus wird deutlich, dass die Internetkommunikation der Personalen Kommunikation funktional näher steht als der Massenkommunikation.

Ein weiterer zentraler Faktor für eine funktionale Differenzierung von Medien sind die mit ihnen verbundenen Wahrnehmungsmodi und Aktionsmöglichkeiten, die in einer weiteren Tabelle für die zehn behandelten Medien zusammengestellt sind.

Es wird deutlich, dass face-to-face- und Internet-Kommunikation in allen genannten Wahrnehmungs- und Aktionsmodi übereinstimmen. Die Einschränkungen der wechselseitigen Zugänglichkeit der Kommunikationspartner sind bedingt durch die AV-Übertragungstechnik bzw. die technische Realisierung von Körperkontakt. Nach den Erfahrungen mit Datenhandschuhen und Data-Suits wird dieser Bereich vorerst problematisch bleiben. Seine Einflüsse auf den Erfolg von Kommunikation sind aber insgesamt auch eher als gering einzuschätzen. Technisch erfolgversprechender und funktional äquivalent wäre wohl eher eine Fremd-Manipulationsmöglichkeit der Körperimages von Avataren im Cyberspace – der Kontakt zum virtuellen Körper von Kommunikationspartnern.

# KOMMUNIKATIVE LEISTUNGEN UND QUALITÄTEN DER MEDIEN

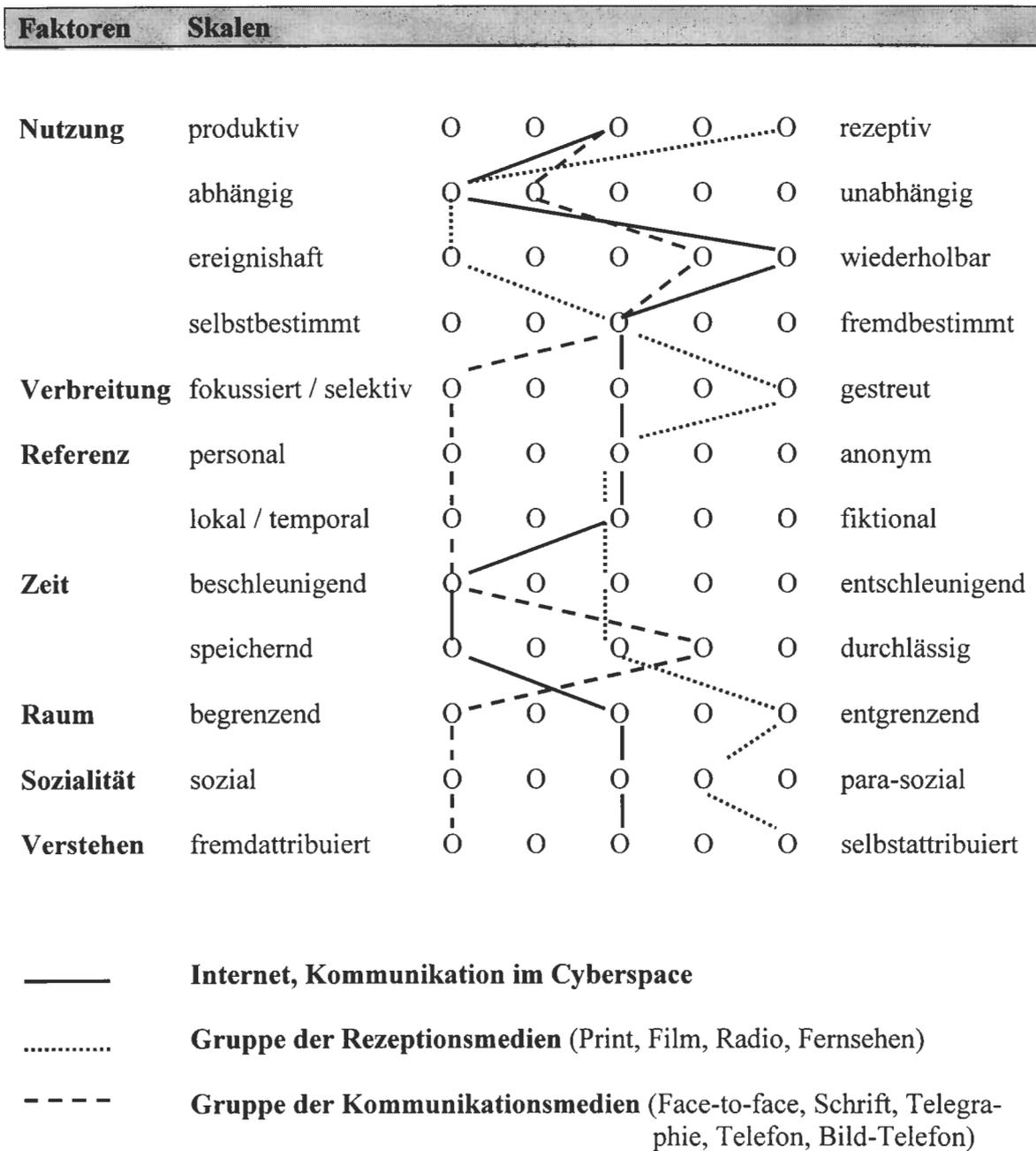


Abbildung 2 Kommunikative Leistungen und Qualitäten der Medien im Vergleich

Wahrnehmung und Interaktivität											
Kommunikationsformen bzw. Medien	Körperkontakt	Partnerpersonwahrnehmung	Partnerlautwahrnehmung	Kontext-/Situationswahrnehmung	Zeichenvahrnehmung - visuell - Schrift/ Gebärden	Zeichenvahrnehmung - visuell - Bilder (statisch / bewegt)	Zeichenvahrnehmung - auditiv - Sprache	Zeichenvahrnehmung - auditiv - Signale z.B. Morse-Code	Zeichenvahrnehmung - sonstige - z.B. taktil (Braille)	Interaktivität / Reaktivität -	Interaktivität / Reaktivität - verzögert, kalkulierte
Face-to-face	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X	X
Schrift					X					(X)	X
Druck					X				(X)		
Telegraphie						X		X		(X)	X
Telefon			X				X	X		X	
Photographie / Film					X	X	X	X			
Radio							X	X			
Fernsehen					X	X	X	X			
Bild-Telefon / Video-Conferencing		(X)	(X)	(X)	X	X	X	X		X	X
Computer / Internet	(X)	(X)	(X)	(X)	X	X	X	X	X	X	X

Tabelle 1 Zusammenhang von Wahrnehmungs- und Aktionsmodi mit Kommunikationsformen bzw. Medien (Klammern verweisen auf Einschränkungen)