

Tobias Held

Eigen- und Selbstbild

Überlegungen zur technischen Ästhetik in der Videotelefonie

1 Einleitung

Dem Imperativ der Zeit zu Folge gilt: Abstand halten, das Gesicht gen Frontkamera richten, Blick auf den Monitor, Nahaufnahme, leichte Drunter-Sicht – Face-to-Interface.¹ Ein Gesicht thront im Zentrum des Bildschirms. Darunter reihen sich fünf Fenster aneinander, die so klein sind wie Briefmarken. Darin: Andere Gesichter weit entfernter Personen, aufgereiht wie eine antike Büstensammlung – Kopf und Oberkörper sind zu sehen, mehr nicht; dafür Bücherregale, Kleiderschränke, Kücheninterieur und Nippes. Videotelefonate überwinden physische Distanz; mit ihnen ist es möglich, Freunde, Familie oder Geliebte von weit her nach Hause zu holen. Virtuell erzeugte soziale Nähe gepaart mit physischer Abgrenzung statt *Social Distancing*. Im Videocall ist dabei vieles ähnlich und dennoch anders als bei einem Gespräch von Angesicht zu Angesicht. Normalerweise sitzt man sich an einem Tisch gegenüber oder steht im Kreis beieinander – und allein das gibt Ordnung und Struktur.² In der Videotelefonie beeinflussen jedoch zahlreiche Faktoren sowohl

1 Vgl. *Kultur der Video-Telefonie* [Radiobeitrag]. Sendung: Scala, Autor: Claudia Friedrich, WDR 5, Sendezeit: 11. Mai 2020, 14:37 Uhr, 05:12 Minuten, online abrufbar unter: <https://www1.wdr.de/mediathek/audio/wdr5/wdr5-scala-aktuelle-kultur/audio-kultur-der-video-telefonie-100.html>, zul. abgerufen am 5.3.2021.

2 Vgl. Selina Oberpriller: »Videokonferenzen: Das Ende von echter Nähe«. In: *ZEITWissen*, 5 (2020), S. 68–75, hier S. 72.

die Kommunikation als auch die Interaktion. Und das mitunter negativ.³ Zudem bedeutet es etwas, ob Menschen näher beieinanderstehen oder Distanz wahren.⁴ Bei der Videotelefonie sind hingegen alle gleich nah – oder fern, je nach Interpretation und zugrundeliegender Motivation. Hinzu kommt ein Paradoxon: Obwohl die Gesprächsbeteiligten nur Zentimeter entfernt und somit körperlich nah scheinen, befinden sie sich doch in einer anderen Umgebung. Ein Umstand, der es unmöglich macht, sich hinüberzubeugen, um einer Person etwas zuzuflüstern, sich einander zuzuwenden oder jemandem tröstend die Hand auf die Schulter zu legen. Der Körper wird also ein Stück weit seines Ausdrucks beraubt.⁵ Grundlegend bietet Videotelefonie die Möglichkeit, sein Gegenüber mittels der Kombination mindestens zweier Sinneskanäle, nämlich dem Seh- und Hörsinn, simultan wahrzunehmen. So ist es theoretisch möglich, den ganzen Bereich nonverbaler Kommunikation auszuschöpfen. Mimik, Gestik und weitere gesprächsregulierende Bestandteile sind wahrnehmbar, ohne dass zwei Personen zur selben Zeit am selben Ort sein müssen. Weiterhin spielt auch die Propriozeption eine nicht unerhebliche Rolle, insbesondere dann, wenn es um Raum und Zeit sowie das Empfinden von Anwesenheit geht. Dadurch ergeben sich Synästhesien,⁶ die in einer Interaktionssituation zur Komplexitätsreduktion der Informationsübertragung beitragen können.⁷

Insgesamt ist die Übermittlung nonverbaler und raumgebundener Komponenten sowie das Entstehen von Präsenz an verschiedene Voraussetzungen, Einflussfaktoren und Parameter gebunden und wird durch diese erleichtert, erschwert oder gänzlich eingeschränkt. Diese Rahmenbedingungen wirken

3 Dazu zählen unter anderem Dinge wie hakendes oder schlechtes Bild infolgedessen die Mimik und Gestik unkenntlich werden, schlechte Internetverbindung, verschluckte Wörter, Nebengeräusche, Doppelungen und Rückkoppelungen des Tons, zeitliche Organisationsschwierigkeiten sowie nicht angepasste Einstellungen oder Updates der benutzten Software.

4 Vgl. Oberpriller: »Videokonferenzen«, hier S. 73.

5 Vgl. ebd.

6 Synästhesie ist hier im Sinne der Wortherkunft (griechisch *synaîsthêsis* = »mitempfinden« oder »zugleich wahrnehmen«) verstanden. Demnach führt die Wahrnehmung mittels Videotelefonie zu einer »Vermischung« der sonst separat zu betrachtenden auditiven und visuellen (und damit verbunden auch der propriozeptiven) Wahrnehmung.

7 Weiterhin entstehen eigenständige Akteure, die mit den Nutzenden kommunizieren und auf diversen medialen Ebenen in Interaktion treten (vgl. Sabine Foraita, Bianca Herlo u. Axel Vogelsang: »Introduction«. In: Dies.: *Matters of Communication: Formen und Materialitäten gestalteter Kommunikation*. Berlin: de Gruyter, 2020, S. 8–17, hier S. 10).

sich zum Teil stark auf die Kommunikationsprozesse in den Videotelefonaten aus.⁸ Bestimmt werden sie durch eine Wechselwirkung aus den kognitiven und sensomotorischen Fähigkeiten der Kommunizierenden (individuelle Leistungen und Kompetenzen) einerseits und den durch die technischen Parameter des entsprechenden Systems bestimmten Elementen in Kombination mit den jeweiligen Kontexten und Kommunikationszwecken andererseits. Einen dritten, nicht zu vernachlässigenden, Faktor bildet die Gestaltung jener Technologien und Prozesse, die sich sowohl auf die individuellen Kompetenzen der Nutzenden auswirken als auch die technischen Parameter der Systeme beeinflussen und infolgedessen die Kommunikation sowie die damit verbundenen Erlebnisse und Situationen maßgeblich prägen. Einen jener Kommunikationsaspekte bildet das sogenannte Eigen- und Kontrollbild, das auf dem Display erscheint und ›das Selbst‹ schonungslos und in Echtzeit (wieder)spiegelt. Dabei handelt es sich um eine der Videotelefonie eigene kommunikative Besonderheit, die sich in ihrer jeweiligen Ingebrauchnahme sowie durch spezielle Wahrnehmungsbedingungen äußert.

Ziel des nachfolgenden Beitrags ist es sich jenem Eigenbild unter besonderer Gewichtung historischer, soziologischer sowie phänomenologischer Bezüge zu nähern, um so die Grundlage zu schaffen, eine gesamthafte Verortung und Synthese sämtlicher, damit verbundener Implikationen zu schaffen sowie für die weitere eigene Forschung in einen angewandten Theorie-Praxis-Bezug zu setzen und zugleich Design- und Medientheoretisch zu kontextualisieren.

2 Verortung des Untersuchungsgegenstandes

Allgemein hin besteht die Funktion des Eigenbildes (welches neben dem Bild der anderen Kommunizierenden erscheint) darin, Geschehnisse und Elemente, die nicht innerhalb der Kadrierung der Aufnahme erwünscht sind, zu entfernen und sicherzustellen, dass die eigenen Handlungen sich innerhalb eben jenes Ausschnittes befinden. Heißt: Bei dem Eigenbild handelt es sich um eine Funktion, bei der neben dem Bild des Gegenübers, das aufgrund der visuel-

8 Vgl. Bernhard Ertl, Markus Reiserer u. Heinz Mandl: »Kooperatives Lernen in Videokonferenzen. Der Einfluss von Wissensschemata und Kooperationsskripts auf gemeinsame externe Repräsentationen und Lernerfolg«. In: *Unterrichtswissenschaft* 30 (2002), S. 339–356, hier S. 342.

len und akustischen Hinweise und Symbole ein hohes Maß an Informationsreichtum bietet, auch das mit der eigenen Kamera aufgenommene Bild angezeigt wird. Dieses dient sowohl der Feststellung und Prüfung der eigenen Positionierung oder vorgezeigter Objekte innerhalb der Aufnahmeperspektive der eigenen Kamera.⁹ Dadurch ist es in der Lage, eine gewisse Sicherheit darüber zu geben, was dem Gegenüber visuell zugänglich ist, dient aber auch der Kontrolle der herrschenden Übertragungsverhältnisse, der Rückversicherung sowie der Selbstkontrolle.

In der Regel ist dieses als Bild-in-Bild in die Monitorwiedergabe integriert und ist dabei erheblich kleiner als das übertragene Bild der Gegenstelle, jedoch meist in seiner Größe und Positionierung flexibel. Die Flexibilität hinsichtlich der Größe und Positionierung ist vor allem dahingehend relevant, als dass das Eigenbild auch konkrete Auswirkungen auf den vermittelten Bildinhalt haben kann. Denn: Ist das Eigenbild ungünstig positioniert oder nimmt zu viel Platz vom Bildschirm ein, kann es passieren, dass die Beobachtung der Gesprächsbeteiligten aufgrund verdeckter relevanter Bildinformationen eingeschränkt wird. Dadurch können relevante Kommunikationsleistungen verloren gehen.¹⁰

Eine andere Form der Darstellung des Eigenbildes ist hingegen das sogenannte Kachelformat, bei der das Eigenbild als eine von zahlreichen Kacheln angezeigt wird.¹¹ Dabei handelt es sich um ein visuell stilisiertes Bild, das spätestens seit der 1976 erfolgten Erstaussstrahlung der *The Muppet Show* sowie dem damit einhergehenden Erfolg im kollektiven Gedächtnis vorhanden ist und als solches seitdem immer dann abgerufen werden kann, wenn ein Kollektiv aus Subjekten in der geschilderten Anordnung stilisiert ist.¹² Doch

9 Vgl. Walter Schmitz: »Videokonferenz als eigenständige Kommunikationsform. Eine explorative Analyse«. Unveröffentlichter Vortrag, Universität Klagenfurt, 1999, S. 1–9, hier S. 6.

10 Ein Effekt, für den nicht nur eine ungünstige Positionierung des Eigenbildes, sondern auch das Interface der verwendeten Technologie verantwortlich sein kann.

11 In dieser Darstellungsform geht das Eigenbild (theoretisch) leicht in der Menge unter – was wiederum dazu führt, dass viel Zeit mit der Suche nach dem Eigenbild verbracht wird. Da es jedoch möglich ist, es starr in der unmittelbaren Bildmitte zu positionieren, wird das Wiederfinden erleichtert.

12 Oliver Ruf: »Zoomen: Zur Konstitution kommunikationsästhetischer Systeme«. Auf: *Pop-Zeitschrift*, dort datiert am 9.11.2020, <https://pop-zeitschrift.de/2020/11/09/zoomenautorvon-oliver-ruf-autordatum9-11-2020-datum/>, zul. abgeruf. am 5.3.2021.

auch aus kommunikativer oder gar interaktionspsychologischer Perspektive ist diese Form der Darstellung aufgrund verschiedener Aspekte relevant.

So kann durchaus davon ausgegangen werden, dass vor allem die (zumindest in Bezug auf Größe und Relation) gleichwertige Darstellung des Eigenbildes als bedeutsam gilt – eine Vermutung, die im weiteren Verlauf der Arbeit überprüft werden soll. Dies gilt vor allen dann, wenn das Eigenbild ebenfalls als eine der zahlreichen Kacheln angezeigt wird. Denn: Statt das Eigenbild als Miniatur in der oberen oder unteren Ecke zu platzieren, – quasi dorthin zu verdrängen und somit auch räumlich von »den Anderen« zu separieren – wird es in gleicher Größe wie die Abbildungen der anderen Kommunizierenden dargestellt. Unmittelbare Folge der zentralen Positionierung ist das Gefühl von »den Anderen« umgeben zu sein beziehungsweise, dass diese sich um die eigene Person scharen. Darüber hinaus entsteht so eine Fokussierung der Aufmerksamkeit auf das Zentrum des Bildschirms, in deren Folge die Bilder, die sich am Rand oder in den Ecken befinden, vernachlässigt werden können (siehe Abb. 1). Dadurch verändert sich die Eigenwahrnehmung: der Raum verdichtet sich. Das Ergebnis ist ein Zusammenschrumpfen von Raum und Zeit. Ein Effekt, der sich, ausgelöst durch eine simple Gestaltungsentscheidung, sowohl auf die Kommunikation als auch das Kommunikationsverhalten und das Gefühl des »Wir« als Inbegriff von Gemeinschaft auswirkt.

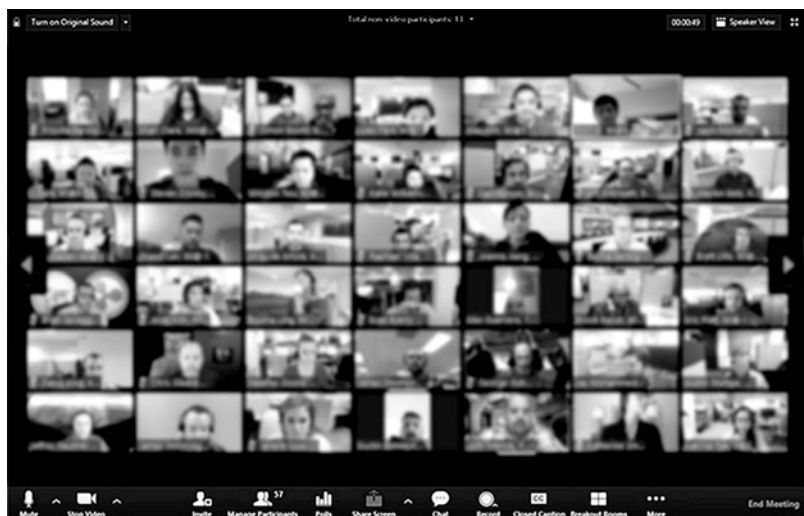


Abb. 1: Beispiel für die Nutzeroberfläche von Zoom während eines Gruppengesprächs mit vielen Teilnehmer:innen. Die Darstellung des Eigenbildes erfolgt dabei als größenmäßig gleichwertige Kachel.¹³

Eine weitere Besonderheit in der formatbezogenen Darstellung bildet der sogenannte ›Splitscreen‹. Dabei handelt es sich um einen geteilten Bildschirm, der sich vornehmlich bei Gesprächen in Kleingruppen, aber auch zu zweit (siehe Abb. 2) wiederfindet. Vorteil dieser Darstellung ist, dass das Eigenbild (zumindest in Bezug auf die Größe) gleichwertig zu denen der jeweiligen Gesprächsbeteiligten dargestellt wird. Statt es als Miniatur in der oberen oder unteren Ecke zu platzieren, wird es in gleicher Größe wie die Abbildungen der anderen Kommunizierenden dargestellt. Dadurch verändert sich die Eigenwahrnehmung; der Raum verdichtet sich. Ergebnis ist ein Zusammenschrumpfen von Raum und Zeit. Ein Effekt, der sich, ausgelöst durch eine simple Gestaltungsentscheidung, auf die Kommunikation sowie das Kommunikationsverhalten auswirkt.

13 [https://cdn.vox-cdn.com/thumbor/dMhi54iEK8CMoU43_yWWMWAv4qk=/1400x0/filters:no_upscale\(\)/cdn.vox-cdn.com/uploads/chorus_asset/file/19858579/50_participant_gallery_view_example.png](https://cdn.vox-cdn.com/thumbor/dMhi54iEK8CMoU43_yWWMWAv4qk=/1400x0/filters:no_upscale()/cdn.vox-cdn.com/uploads/chorus_asset/file/19858579/50_participant_gallery_view_example.png), zul. abgerufen am 4.3.2021.



Abb. 2: Darstellung des Eigen- und Fremdbildes im Splitscreenmodus (oben) sowie als miniaturisiertes Bindeglied zwischen den beiden Gesprächspartnerinnen (unten).¹⁴

Lange Zeit war es üblich, dass das Kontrollbild dem gleichen Bild entsprach, was auch die Gesprächsbeteiligten zu sehen bekamen (exklusive eventueller Störungen, Verzerrungen oder anderer Bildfehler). Das heißt, dass auch das Kontrollbild nicht seitenverkehrt war. Diese originaltreue Übertragung hatte jedoch zur Folge, dass man sich selbst aus der ungewohnten Perspektive des

14 Eigene Darstellung.

Anderen zu sehen bekam und nicht in Form des – eher gewohnten – Spiegelbilds. Dazu beschreibt Schmitz, dass die Koordination der eigenen Bewegungen im originalgetreuen Modus (also nicht der gewohnten Spiegelwiedergabe), um etwa ein Objekt gut sichtbar vor der Kamera zu positionieren, bei Experimenten erhebliche Schwierigkeiten verursachte.¹⁵

Im Gegensatz zu dem seitenverkehrten Bild, das die Gesprächsbeteiligten erhalten, wird das Eigenbild in zeitgenössischen Anwendungen jedoch nahezu ausschließlich spiegelverkehrt wiedergegeben – die Nutzenden sehen sich in Form des gewohnten Spiegelbildes. Dadurch ist es ihm/ihr möglich, auf bekannte Bewegungsroutinen, wie sie vor dem eigenen Spiegelbild angewandt werden, zurückzugreifen.¹⁶

Ein weiteres Merkmal des Eigenbildes ist, dass es keine zusätzlichen Informationen zu den anderen Kommunizierenden oder der Nachricht, sondern lediglich eine Rückmeldung oder Selbstinformation für die eigene Person bietet.¹⁷ Damit einher geht auch der Themenkomplex der Gewährwerdung oder des Embodiment,¹⁸ der an dieser Stelle drei unterschiedliche Positionen miteinander vermischt:

15 Vgl. Schmitz: »Videokonferenz als eigenständige Kommunikationsform«, hier S. 6. Dazu merkt Schmitz weiter an: »Dieser Tatbestand wäre allerdings auf seine kommunikationstheoretischen Implikationen hin zu überprüfen. Denn was kann unter diesen Bedingungen eigentlich »die Perspektive des anderen übernehmen« oder die Idealisierung der »Austauschbarkeit der Perspektiven« noch heißen?« (ebd.)

16 Auch Saager verweist in diesem Kontext zum Thema Spiegelbildlichkeit auf die zuvor bestehende Problematik: »Gleichzeitig erschwert die ungespiegelte Abbildung der eigenen Person die Kommunikation dadurch, dass es deutlich erschwert wird Dinge zu zeigen. Will man ein zu zeigendes Objekt auf dem Monitorbild weiter nach links verschieben, muss es in der Realität nach rechts verschoben werden. Dieses Problem tritt selbst bei erfahrenen Nutzenden von Videokonferenzsystemen auf. Gleiches gilt für das Deuten auf ein feststehendes Objekt.« (Stefan Saager: *Informalität in Videokonferenzen*. Hausarbeit. München: Grin, 2007, S. 15.)

17 In gewisser Hinsicht kann dieses Angebot auch als zusätzliche Information angesehen werden, die den Reichtum der Medien erhöht. Und dies sollte theoretisch zu einer verbesserten Kommunikation führen. Viele der Theorien, die die Auswirkungen von Kommunikationsmedien auf Kommunikation und Leistung untersuchten, konzentrierten sich auf die Menge oder den Reichtum an Informationen, Hinweisen oder Symbolen, die vom Medium übermittelt werden. Das Argument in diesen Theorien ist, dass, wenn Kommunikationsmedien mehr Informationen übermitteln, der Einzelne mehrdeutige oder komplexe Botschaften besser verstehen und entschlüsseln kann.

18 Wahrnehmen wird an dieser Stelle im Sinne Tim Ingolds verstanden. Demnach gilt: »perception is not an ›inside-the-head‹ operation, performed upon the raw material of sensation, but takes place in circuits that cross-cut the boundaries between brain, body

- Der eigene Körper des Kommunizierenden als ein handelndes, wahrnehmendes und beobachtendes Subjekt.¹⁹
- Die Materialität des beobachtenden Objekts (des Bildes des Gegenübers/der Gesprächsbeteiligten), die die konkrete Frage nach dem Wissen stellt.
- Der kollektive Körper nach Fleck, der das Zusammenspiel von Subjekt und Objekt sanktioniert und rahmt.²⁰

Besonders zum Tragen kommen diese Einzelaspekte, wenn man sie in Bezug zu der Frage nach dem ›Körperhaben‹ setzt, das heißt die Außenperspektive auf den eigenen Körper beziehungsweise das explizite Wahrnehmen des eigenen Körpers betrachtet. Ebenfalls von Relevanz ist dabei das sogenannte Körperbild (*image du corps*), mit dem das Wissen (oder Nicht-Wissen) um die Stellung, Position und Statur des eigenen Körpers sowie die »Möglichkeit der Einfühlung«²¹ einhergeht.

Unabhängig davon, wie groß dieses Kontrollbild ist und ob es spiegelbildlich oder nicht wiedergegeben wird, haben es die Kommunizierenden mit einer eigenen Form erlebter Sinnesverarbeitung zu tun: Sie hören sich nicht nur selbst, sie können auch simultan dazu ihre Handlungen selbst beobachten, bewerten und korrigieren. Anders, als es in einer normalen FtF-Situation üblich ist, bietet die Videotelefonie folglich die Möglichkeit, sich nicht nur selbst zu hören, sondern auch selbst zu sehen und auf Basis dessen die eigene Mimik oder Gestik zu kontrollieren.²² Diese kleine gutgemeinte Funktion²³

and world«. (Tim Ingold: *The perception of the environment: Essays on livelihood, dwelling and skill*. London u. New York: Routledge, 2000, S. 244.)

19 Michael Polanyi: *Personal knowledge. Toward a post-critical philosophy*. New York: Harper Torchbooks, 1964, S. 59–65.

20 Ludwik Fleck: »To look, to see, to know«. In: Robert S. Cohen u. Thomas Schnelle (Hg.): *Cognition and Fact: Materials on Ludwik Fleck. Boston studies in the philosophy of science*, 87. Dordrecht: D. Reidel Publishing, 1986, S. 129–151, hier S. 147.

21 Edmund Husserl: »Zur Phänomenologie der Intersubjektivität: Texte aus dem Nachlass Zweiter Teil: 1921–1928«. In: *Husserliana: Edmund Husserl – Gesammelte Werke*, 14, Band 14. Den Haag: Springer Netherlands.

22 Vgl. Hans-Ulrich Mühlenfeld: *Der Mensch in der Online-Kommunikation: Zum Einfluss webbasierter, audiovisueller Fernkommunikation auf das Verhalten von Befragten*. Wiesbaden: Deutscher Universitäts-Verlag, 2004, S. 91.

23 Die Tatsache, dass man sich selbst beim Sprechen aus der Perspektive des Gegenübers sieht, ist zunächst lediglich eine technische Funktion.

hat jedoch zur Folge, dass die Nutzer:innen sich ihrer Selbst bei einem Gespräch mehr bewusstwerden. Sie beobachten, wie die anderen sich verhalten und werden von ihnen beobachtet. Im selben Moment sehen sie sich selbst aus dem Augenwinkel. Da es so ermöglicht wird, sich ständig selbst zu korrigieren, wirkt sich dies auch auf das eigene Verhalten aus. Nutzende verkommen zum/zur beobachtenden Beobachter:in – zu gleichen Teilen beobachten des Subjekt und Objekt der Beobachtung. Die Eigenwahrnehmung verändert sich, der umgebende Raum scheint sich zu verdichten und mit der Zeit zu verschmelzen.²⁴ Ergebnis ist eine Art Rückkopplungsschleife. Eine verstärkte Ich-Wahrnehmung ist die Folge. Ungewollt betrachtet man bevorzugt sich selbst anstatt des/r Gesprächspartner:in.²⁵ Das Gespräch wird zur Darbietung oder – um Goffman zu folgen – als Versuch zur Aufrechterhaltung der eigenen Unfehlbarkeit entfremdet.²⁶ Dadurch werden wiederum auch Verhalten, Kommunikation und Erleben beeinflusst.²⁷ Das Kontrollbild erscheint im wahrsten Sinne des Wortes als teils implizite, teils spürbare Selbstkontrolle, die sich vor allem im Sichtbarsein des eigenen Körpers und Ichs, aber auch im Beobachtet-Werden in der Selbstbeobachtung äußert. Dazu kann auch der Aspekt der Selbstinszenierung gezählt werden, den Flohrer wie folgt beschreibt: »Benutzer zeigt sich so, wie er gesehen werden will, nicht wie er ist (das ist unnatürlich)«.²⁸

24 Vgl. Malte Hagener: »Splitscreen-Realität: ›Wir sind beobachtete Beobachter‹«. Auf: *Spiegel Online*, dort datiert am 21.4.2020, <https://www.spiegel.de/kultur/kino/splitscreen-reality-wir-sind-beobachtete-beobachter-a-3ccod866-14fe-4315-a9f2-f1649a509c45#>, zul. abgerufen am 5.3.2021.

25 So konnte bereits in der Vergangenheit evaluiert werden, dass das Eigenbild nicht nur einen Teil der Aufmerksamkeit der Kommunizierenden bindet (vgl. Guido Kopp: *Audioviseuelle Fernkommunikation: Grundlagen der Analyse und Anwendung von Videokonferenzen*. Wiesbaden, Springer VS, 2004, S. 81), sondern häufig sogar dem/der Gesprächspartner:in vorgezogen wird (Vgl. Christian Heath, Paul Luff u. Abigail Sellen: »Reconfiguring media space: supporting collaborative work«, In: Kathleen Finn, Abigail Sellen u. Sylvia Wilbur: *Video-mediated communication*. Mahwah, New York: Lawrence Erlbaum, 1997, S. 323–347, hier S. 324.).

26 Vgl. Erving Goffman: *Wir alle spielen Theater* [1959]. München: Piper Verlag, 1995, S. 42f.

27 Vgl. Theis Schneider et al.: »Nähe auf Distanz – sensible Gestaltung von Kommunikationstechnik.« In: Sarah Diefenbach, N. Henze und M. Pilot (Hg.): *Mensch und Computer 2015 – Proceedings*. Stuttgart: Oldenbourg, 2015, S. 351–354, hier S. 352.

28 Walter Flohrer: »Methodisches Gestalten am Beispiel des Bildtelefons«. In: Horst Ohnsorge (Hg.): *Benutzerfreundliche Kommunikation/ User-Friendly Communication*. Berlin u. Heidelberg: Springer, 1990, S. 66–81, hier S. 67.

3 (Selbst-)Kontrolle und (Selbst-)Inszenierung

233

Zurückzuführen ist dieses Verhalten, das auch in Bezug zu der bereits beschriebenen Metapher, wonach der Bildausschnitt durchaus mit einer (Theater-)Bühne vergleichbar ist, auf eine sozialpsychologische These. Demnach bemühen sich Menschen ständig darum, den Eindruck, den sie auf andere machen, zu steuern und zu kontrollieren.²⁹ Das Eigenbild wird folglich genutzt, um die Fremdwahrnehmung zu beeinflussen oder gar gezielt zu steuern. »Sich richtig ins Bild [zu] setzen«³⁰ oder »sich unter Kontrolle zu haben«³¹ bietet demnach nicht nur Möglichkeiten der Kontrolle sowie zur Vermeidung unerwünschten Verhaltens, sondern auch der Selbstinszenierung. Ergebnis ist das Zunehmen konzentrierten, kontrollierten und berechnenden Verhaltens in Bezug auf die Selbstdarstellung: »Man wird so zum Regisseur der eigenen Darstellung«.³² Die Kommunikation mittels Videotelefonie verkommt zur ständigen *Mise en Scène*, bei der die Nutzenden sowohl (Haupt-)Darsteller-in als auch Regisseur-in und Kameramann/Kamerafrau zugleich sind und auf diesem Weg sowohl ihre Außendarstellung als auch (Selbst-)Sichtbarkeit kontrollieren.

Weiterhin konnten Versuche, wie die von Kopp zeigen, dass ein signifikant großer Anteil interaktiver Prozesse mit diesen Selbstbeobachtungs- und Korrekturmaßnahmen bezüglich visuell wahrnehmbarer Handlungen vorliegt.³³ Dieses führt zu einer Verlangsamung des kommunikativen Prozesses und zusätzlichem Konfliktpotential. Deswegen ist es, so Kopp, notwendig, dass interaktive Praktiken, die dieses Verhalten der Selbstkontrolle und -korrektur für den Gesprächsbeteiligten sichtbar, plausibel und sinnvoll machen, erst noch individuell erlernt und allgemein etabliert werden müssen.³⁴

Gegen die Aussage von Kopp spricht hingegen, dass dieses Vorgehen sehr wohl auch aus der realen Kommunikation vis-à-vis bekannt ist. So beschreibt

29 Vgl. Ruf: »Zoomen«.

30 Walter Flohrer u. Hans-Jürgen Mosel: »Vom Telefon zum multifunktionalen Bildtelefon«. In: *it - Information Technology*, 31 (1989), S. 196–204, hier S. 202.

31 Martin Friebe et al.: »Siehst Du mich?« – »Hörst Du mich?« Videokonferenzen als Gegenstand kommunikationswissenschaftlicher Forschung.« In: *kommunikation@gesellschaft*, 4 (2003), S. 1–23, hier S. 12.

32 Gabriela Gotthelf: *Gemeinsam an getrennten Orten? Zur Relevanz von Raum und Kontext in der Videokonferenz*. Dissertation. Aachen: Shaker, 2005, S. 41.

33 Vgl. Kopp: *Audiovisuelle Fernkommunikation*, S. 104.

34 Vgl. ebd.

Goffman ausführlich die vielfältigen Aspekte von Selbstdarstellungen im Alltag, in der wir unser Auftreten ständig inszenieren.³⁵ *Darstellung* definiert er dabei als »Gesamtverhalten eines Einzelnen, das er in Gegenwart einer bestimmten Gruppe von Zuschauern zeigt und das Einfluss auf diese Zuschauer hat«.³⁶ Dabei muss jedoch auf folgendes hingewiesen werden: Wenn die Tätigkeit des Einzelnen Bedeutung für andere gewinnen soll, muss er diese so gestalten, dass sie während der Interaktion das ausdrückt, was er mitteilen will. Goffman zeigt folglich auf, dass wir Objekte gesellschaftlicher Orientierung und Interpretation sind:

Ein Status, eine Stellung, eine soziale Position ist nicht etwas Materielles, das in Besitz genommen und dann zur Schau gestellt werden kann; es ist ein Modell kohärenten, ausgeschmückten und klar artikulierten Verhaltens. Ob es nun geschickt oder ungeschickt, bewusst oder unbewusst, trügerisch oder guten Glaubens dargestellt wird, auf jeden Fall ist es etwas, das gespielt und dargestellt werden, etwas, das realisiert werden muss.³⁷

Die allgemeine Vorstellung, dass wir uns selbst vor anderen darstellen, ist kaum neu; was zum Abschluss betont werden sollte, ist die Tatsache, dass gerade die Struktur unseres Selbst unter dem Gesichtspunkt der Darstellung verstanden werden kann. In dem vorliegenden Bericht wurde der Einzelne stillschweigend zweigeteilt: Er wurde als Darsteller betrachtet, als ein geplagter Erzeuger von Eindrücken, der mit der allzu menschlichen Aufgabe beschäftigt ist, ein Schauspiel zu inszenieren; und er wurde als eine Schauspielfigur, im typischen Fall als eine gute Figur, betrachtet, deren Geist, Stärke und andere positive Eigenschaften durch die Darstellung offenbart werden soll.³⁸

Goffman geht demnach von einer Zweiteilung des Einzelnen aus: Er betrachtet ihn einmal als »Rolle«, als »Schauspielfigur«, was auf die antizipierten sozialen Erwartungen anderer hinweist, und zum anderen als »Darsteller dieser Rolle«, als inszenierende Person.

Die Eigenschaften des Darstellers und die seiner Rolle gehören grundlegend verschiedenen Bereichen an, und doch haben beide ihre Bedeutung für das Schauspiel. Eine richtig inszenierte und gespielte Szene ver-

35 Vgl. Goffman: *Wir alle spielen Theater*, S. 8.

36 Ebd. S. 67.

37 Ebd. S. 70.

38 Ebd. S. 230.

anlasst das Publikum, der dargestellten Rolle ein Selbst zuzuschreiben, aber dieses zugeschriebene Selbst ist ein Produkt einer erfolgreichen Szene, und nicht ihre Ursache.³⁹

Im Gegensatz zum ›psychischen Ich‹ ist das ›soziale Ich/Selbst‹, folglich das dem Darsteller vom Publikum zugeschrieben wird, ein Produkt einer erfolgreichen Szene einer Darstellung, ein ›gemeinsam Hergestelltes‹. Wenn Einzelpersonen sich selbst bei der Kommunikation sehen können, ist es wahrscheinlich, dass sie sich aufgrund ihrer objektiven Selbsterkenntnis mehr auf Selbstdarstellung und ihre Außenwirkung konzentrieren. Damit verbundene Untersuchungen haben ergeben, dass die Menschen mitunter viel Mühe und Energie investieren, um gemocht und geschätzt zu werden⁴⁰ und die Wahrnehmung anderer zu steuern.⁴¹

Damit einher geht jedoch auch der Aspekt der Selbstoffenbarung. Wie bereits im vorigen Kapitel dargelegt, bildet das zur Verfügung stellen des eigenen Bildes an eine andere Person einen Akt der Exklusivität. Ein Selbstbild ist ein Akt der Selbstoffenbarung das es ermöglicht, viel näher an den anderen heranzukommen, als es Buchstaben oder Worte, vermögen. Die Kamera nimmt selbst das auf, was keiner sehen kann – schonungslos und unverfälscht als Potentat der Realität. Ergebnis ist das Schwinden des Geheimsten; des »optisch Unbewussten«, wie Simanowski es nennt.⁴² Deswegen gilt die Videotelefonie auch immer, bewusst oder unbewusst, als selbstoffenbarend; Sie demaskiert ihre Teilnehmer – ohne dass diese überhaupt Masken tragen. In Korrelation dazu steht, dass durch die Verwendung der Videotelefonie immer auch ein Teil der individuellen Geheimnisse, welcher man sich selbst oft nicht gewahr ist, verloren gehen. Dabei geht es jedoch um viel mehr als den

39 Ebd. hier S. 230f.

40 Robert Bell u. John A. Daly: »The affinity seeking function of communication«. In: *Communications Monographs*, 5 (1984), S. 91–115.

41 Joseph Walther: »Selective self-presentation in computer-mediated communication: Hyperpersonal dimensions of technology, language, and cognition«. In: *Computers in Human Behavior*, 23 (2007), S. 2538–2557.

Qiu Xu u. Deanna Behring: »The richer, the better? Effects of modality on intercultural virtual collaboration.« In: *International Journal of Communication*, 8 (2014), S. 2733–2754.

42 Roberto Simanowski: »Die Befreiung des optisch Unbewussten – mit dem Boom der Web-Konferenzen geht ein weiteres wichtiges Stück unseres individuellen Geheimnisses verloren«. In: *Neue Zürcher Zeitung*, 25.5.2020, online unter <https://www.nzz.ch/meinung/zoom-webkonferenzen-die-befreiung-des-optisch-unbewussten-ld.1553744>, zul. abgerufen am 5.3.2021.

Verlust des optisch Unbewussten. Denn: Die referenzierten Ich-Enthüllungen sind dabei derart bloßgestellt, dass man sich selbst als Gegenüber nicht mehr erkennen würde. Dies bleibt sonst jedoch weitestgehend unentdeckt – auch, da es nicht möglich ist, sich selbst *in realis* gegenüber zu sitzen.

Eine Theorie, die eng damit verbunden ist, ist die zur *objective self-awareness*, die durch die Sozialpsychologen Duval und Wicklund entwickelt wurde.⁴³ Sie argumentierten, dass sich Menschen in zwei Zuständen bewusster Aufmerksamkeit unterscheiden: Indem sie sich auf sich selbst (*objective self-awareness*)⁴⁴ oder auf ihre Umwelt (*subject self-awareness*)⁴⁵ konzentrieren.⁴⁶ Die Forschungen zur Selbstwahrnehmung haben gezeigt, dass eine Person, die sich in einem Spiegel oder auf einem Videomonitor beobachtet, den Zustand der objektiven Selbstwahrnehmung erzeugt, in dem sich die Person auf sich selbst als Objekt konzentriert.⁴⁷

Darauf aufbauend führten Yao und Flanagan zwei Studien durch, in denen durch das Vorhandensein einer Webcam und das Bild der Teilnehmenden in

43 Shelley Duval u. Robert A. Wicklund: *A theory of objective self awareness*. Oxford, New York: Academic Press, 1972.

44 Nachfolgend als »objektives Selbstbewusstsein« übersetzt und verwendet.

45 Nachfolgend als »subjektives Selbstbewusstsein« übersetzt und verwendet.

46 Dieser Bewusstseinszustand hat Auswirkungen auf die individuelle Motivation und Leistung, die Selbstbewertung und Selbstachtung, die Konformität und Meinungsänderung (vgl. Duval: *A theory of objective self awareness*, S. 3).

47 Normalerweise tendieren Menschen dazu, sich nach außen auf ihre Umgebung zu konzentrieren, ein Zustand, den Duval und Wicklund als subjektives Selbstbewusstsein bezeichneten. Wenn objektives Selbstbewusstsein ausgelöst wird, erkennt der Einzelne Lücken zwischen seinen Erwartungen und dem tatsächlichen Auftreten. Andere Untersuchungen konnten feststellen, dass das objektive Selbstbewusstsein die Leistung auf ähnliche Weise beeinflussen kann, wie es beispielsweise Prüfungsangst vermag. So stellten Liebling und Shaver fest, dass Probanden mit *objective self-awareness* unter Nicht-Prüfungsbedingungen eine höhere Leistung erreichten als Probanden mit *subjective self-awareness*; jedoch eine geringere Leistung, wenn Prüfungsbedingungen herrschten (Barry Liebling u. Phillip Shaver: »Evaluation, self-awareness, and task performance«. In: *Journal of Experimental Social Psychology*, 9 (1973), S. 297–306). Die Autoren argumentierten dies damit, dass es einen begrenzten kognitiven Raum gebe und dass Einzelpersonen die Aufmerksamkeit nicht sowohl auf die bewertete Aufgabe als auch auf die *objective self-awareness* lenken könnten. Geller und Shaver stellten hingegen fest, dass die Leistung bei einer Wahrnehmungskonfliktaufgabe (den Stroop-Test) auch durch das objektive Selbstbewusstsein beeinflusst wurde. Wiederum schien der Zustand objektiven Selbstbewusstseins die kognitive Belastung der Probanden zu erhöhen und ihre Leistung bei einer Aufgabe zu verringern, die Konzentration erforderte (Valerie Geller u. Phillip Shaver: »Cognitive consequences of self-awareness«. In: *Journal of experimental social psychology*, 12 (1976), S. 99–108).

einem kleinen Fenster auf seinem Monitor ein objektives Selbstbewusstsein erzeugt wurde.⁴⁸ Das objektive Selbstbewusstsein beeinflusste die Wahrnehmung hinsichtlich Attraktivität und Höflichkeit im Vergleich zur Aufgabenorientierung des virtuellen Partners, hatte jedoch keinen Einfluss auf die Wahrnehmung von Intimität oder Gruppenidentifikation.

Weiterhin wurde festgestellt, dass das objektive Selbstbewusstsein eine Reihe anderer Ergebnisse beeinflusst, die für die Teamarbeit oder das Erfüllen von Aufgaben mittels Videotelefonie relevant sind. So konnte Joinson ergründen, dass die Selbstoffenlegung höher war, wenn die Teilnehmer objektiv selbstbewusst waren.⁴⁹ Macrae et al. fanden heraus, dass objektiv selbstbewusste Probanden in mehreren Studien seltener Stereotypen verwenden, wenn sie andere Personen beschreiben.⁵⁰ Und Forschungen von Heine et al. haben gezeigt, dass Manipulationen zur Erzeugung eines objektiven Selbstbewusstseins (zum Beispiel eines Spiegels) Auswirkungen auf die nordamerikanischen Teilnehmenden hatten, nicht jedoch auf die japanische, – eine Kultur, in der das starke Besorgnis darüber, wie man von anderen bewertet wird, fest verankert ist.⁵¹

Die Theorie des objektiven Selbstbewusstseins sowie die sich daran anschließenden Untersuchungen legen folglich nahe, dass der Blick auf sich selbst den Fokus des Einzelnen von der Umgebung und Aufgabe auf sich selbst verlagert. Wenn Einzelpersonen ihr eigenes Spiegelbild sehen, während sie kommunizieren, ist es wahrscheinlich, dass sie eine größere objektive Selbsterkenntnis erfahren. Es lenkt sie jedoch auch ab. Kopp beschreibt das Eigenbild deshalb auch als ein Kommunikationsprozess verzögerndes Merkmal, mithilfe dessen die Sprechenden sich selbst sehen und dass sie infolge-

48 Mike Yao u. Andrew J. Flanagin: »A self-awareness approach to computer-mediated communication«. In: *Computers in Human Behavior*, 22 (2006), S. 518–544.

49 Adam Joinson: »Self-disclosure in computer-mediated communication: The role of self-awareness and visual anonymity«. In: *European Journal of Social Psychology* 31 (2001), S. 177–192.

50 C. Neil Macrae, Galen V. Bodenhausen u. Alan B. Milne: »Saying no to unwanted thoughts: self-focus and the regulation of mental life«. In: *Journal of personality and social psychology*, 74 (1998), S. 578–589.

51 Steven Heine, Timothy Takemoto, Sophia Moskalenko, Jannine Lasaleta u. Joseph Henrich: »Mirrors in the Head: Cultural Variation in Objective Self-Awareness.« In: *Personality and Social Psychology Bulletin*, 34 (2008), S. 879–887.

dessen vom eigentlichen Geschehen ablenkt.⁵² Und das trägt erwiesenermaßen zu einer verringerten (Kommunikations-)Leistung bei.⁵³



Abb. 3: Darstellung der Eigen- und Fremdbilder als gleichwertige Kacheln.⁵⁴

Die damit verbundene Frage ist jedoch auch die nach der Verhältnismäßigkeit und wie die Interagierenden mit der Tatsache umgehen, sich selbst in ähnlicher Intensität wie den/die Gesprächspartner-in zu erleben beziehungsweise wahrzunehmen. Dies ist insbesondere in der gruppenbasierten Nutzung, beispielsweise von Zoom der Fall, bei der sowohl das Eigenbild als auch die Bilder der Gesprächsbeteiligten als gleichwertige Kacheln dargestellt werden.⁵⁵

52 Vgl. Kopp: *Audiovisuelle Fernkommunikation*, S. 181.

53 Vgl. Liebling et al. »Evaluation, self-awareness, and task performance«. In: *Journal of Experimental Social Psychology*, 4 (1973), S: 297–306 und Geller et al.: »Cognitive consequences of self-awareness«. In: *Journal of Experimental Social Psychology*, 12 (1976), S: 99–108. Weiterhin kann es aber auch zu mehr Fehlern führen, da die Konzentration auf sich selbst abgelenkt wird (vgl. Xu et al.: »The richer, the better?«, In: *International Journal of Communication*, 8 (2014), S. 2733–2754) und weil das Gefühl des Drucks oder der Bereitschaft, für andere gute Leistungen zu erbringen, zunimmt (vgl. Bernd Strauss: »Social facilitation in motor tasks: A review of research and theory«. In: *Psychology of sport exercise*, 3 (2002), S: 237–256).

54 <https://www.inquirer.com/resizer/APqBbwerRMBdVekcEq-myqLWIrI=/1400x932/smart/cloudfront-us-east-1.images.arcpublishing.com/pmn/W7QMVWG5JNBB7NCCASAXBQ3NZM.jpg>, zul. abgerufen am 4.3.2021.

55 Vgl. Abb. 3

Statt es als Miniatur in der oberen oder unteren Ecke zu platzieren, – quasi dorthin zu verdrängen und somit auch räumlich von ›den Anderen‹ zu separieren, wird es in gleicher Größe wie die Abbildungen der anderen Kommunizierenden dargestellt. Das Ergebnis: ›Individuelle‹ Selbstdarstellung im Kollektiv, bei der letztlich auch nur ein Bild dem anderen gleicht. Dennoch verändert sich dadurch die Eigenwahrnehmung; der Raum verdichtet sich. Die Folge ist ein Zusammenschrumpfen von Raum und Zeit. Ein Effekt, der sich, ausgelöst durch eine simple Gestaltungsentscheidung, sowohl auf die Kommunikation als auch das Kommunikationsverhalten und das Gefühl des ›Wir‹ als Inbegriff von Gemeinschaft auswirkt. Diesen ›Wir-Begriff‹ greift auch Kopp in seiner Betrachtung auf, versieht ihn jedoch mit einem anderen Schwerpunkt:

Die [...] als konstitutiv beschriebene größere Zugänglichkeit und Erlebnisnähe zum ›Du‹ in der aktuellen ›Wir-Beziehung‹ (in der unmittelbaren Begegnung) wird durch das Kontrollbild verschoben. Das ›Ich‹ präsentiert sich dem kommunizierenden Individuum in der gleichen Symptomfülle (je nach Konfiguration) wie das ›Du‹. Dadurch muss sich das Individuum nicht nur mit dem ›Du‹, sondern auch noch zusätzlich mit dem ›Ich‹ auseinandersetzen. Die Phänomene des von Ungeheuer beschriebenen Phonetischen Gestaltkreises, die zunächst auf die verbalen Ereignisse bezogen sind, erfahren nun eine Erweiterung im Sinne eines visuellen Gestaltkreises, der sämtliche Phänomene wie Gestik, Mimik und Proxemik einschließt. Daran müssen sich die Gesprächspartner erst gewöhnen. Denn die Versuche haben gezeigt, dass sich durch das Kontrollbild die kommunikativen Prozesse verzögern, weil einerseits Ressourcen der Aufmerksamkeit und Steuerung an das eigene Kontrollbild und eine entsprechende Koordination gebunden werden, und andererseits der Gesprächspartner erst eine Differenzierung der erkennbaren Wahrnehmungs- und Steuerungstätigkeiten seines Gegenübers leisten muss. Denn dieser ist ja ebenfalls mit seinem Kontrollbild beschäftigt. Es sind also die eigenen und die fremden Koordinations- und Interpretationsleistungen, die gleichermaßen das je handelnde Individuum in Anspruch nehmen und somit den Gesamtprozess in Bezug auf die Abfolge von zielgerichteten und intentionalen Kommunikationshandlungen verzögert.⁵⁶

Das heißt: Durch das Eigenbild bietet sich den Gesprächsbeteiligten ständig die Gelegenheit und Versuchung, aus der ›Wir-Beziehung‹ hervorzutreten und die Gesamtsituation reflektierend zu betrachten und sich infolgedessen

56 Kopp: *Audiovisuelle Fernkommunikation*, S. 181.

selbst plötzlich ähnlich intensiv und in einer ähnlichen technisch vermittelten Symptomfülle, wie auch sein Gegenüber ihn erfährt, wahrzunehmen.⁵⁷

4 Fazit

Zusammenfassend lässt sich festhalten: Videotelefonieanwendungen erzeugen durch die Funktion des Eigenbilds eine neue Form des Gesprächs beziehungsweise eine Konversationspraktik, die ohne die Technik gar nicht erst möglich wären und dieses infolgedessen deutlich verändern. Dazu kann insbesondere die veränderte Selbstbewusstheit als Bestandteil des Kanons aus Selbst- und Fremdkontrolle gezählt werden, in deren Folge die Interaktion mehr zu einer Art Darbietung verkommt, bei der sich die Nutzenden, bedingt durch ihre Rolle als Regisseur-in, Darsteller-in und Kameramann/Kamerafrau selbst mehr als den/die jeweiligen Gesprächspartner-in betrachten. Diese Ablenkung hat zur Folge, dass der Kommunikationsprozess verzögert wird. Und das trägt wiederum zu einer verringerten (Kommunikations-)Leistung, jedoch auch zu einer höheren Fehlerquote bei. Darüber hinaus kann der ständige Wechsel zwischen Fremd- und Eigenbeobachtung und -kontrolle ermüdend wirken.⁵⁸

57 Vgl. ebd., S. 32.

58 Für diese Dysfunktion, genauer gesagt die Schwierigkeit, die Konzentration im Zuge der Online-Meetings aufrecht zu erhalten, hat sich bereits ein Begriff etabliert: *Zoom Fatigue* – zu deutsch – »Zoom-Müdigkeit«. Online-Meetings verursachen ebenso wie ihre realen Pendanten eine eigene Art von Stress und wirken dadurch in besonderer Form ermüdend. Diese Erschöpfung rührt von einer besonderen Hochleistung des Gehirns her. Normalerweise werden, wenn Interaktion mit Mitmenschen stattfindet, unbewusst non-verbale Signale des Gegenübers wahrgenommen. Nach Zeichen dieser Art, seien es Mimik, Geräusche, Stimme, Körpersprache oder die Position des Redners im Raum, sucht das menschliche Gehirn auch beim Skypen oder Zoomen um das Gesagte so besser einordnen zu können. Dass diese fehlenden Informationen zu kompensieren anstrengend und ermüdend ist, insbesondere wenn der/die Gesprächspartner-in als verschwommenes oder eingefrorenes Bild erscheint, ab dem Hals abgeschnitten und nur wenige Zentimeter groß ist – fanden die Wirtschaftswissenschaftler Carlos Ferran und Stephanie Sussman (Carlos Ferran u. Stephanie Sussman: »Videoconferencing in the Field: A Heuristic Processing Model«. In: *Management Science* 54 [2008], S:1565–1578) bereits 2008, also lange bevor von Zoom Fatigue die Rede war, heraus (bevor Zoom Fatigue ein Begriff wurde, gab es bereits die Phänomene des »Technostresses« und der »SNS Fatigue«, an denen geforscht wurde). Zudem sind die eingehenden Reize gebündelter als bei einem normalen Ge-

Ein weiterer Aspekt, der innerhalb dieser Dialektik von Selbst- und Fremdkontrolle zum Tragen kommt, ist wenn man den konkreten Bezug zum (vermittelnden) Medium herstellt. Denn: Zwischen dem echten und dem virtuellen Gesicht, das – in welcher Form auch immer abgebildet wird – liegt auch immer ein ausgeklügeltes technisches System, das sowohl der Manipulation als auch der Überwachung dienen kann. Dies ist vor allem dahingehend relevant, als dass auch hierdurch die Selbstwahrnehmung nachhaltig beeinflusst werden kann.⁵⁹

Dass das Vorhandensein des Eigenbildes dennoch positive Effekte und Auswirkungen hat⁶⁰ ist vor allem darauf zurückzuführen, dass sich durch den Umgang mit der Technologie sowie die daraus ergebenden Realisierungsbe-

spräch. Schließlich kommen die Signale nicht aus allen Richtungen des Raums, sondern konzentriert von einem Bildschirm und Lautsprechern. Das bedeutet viel Arbeit für das Gehirn und infolgedessen wird mehr Energie verbraucht. Denn: Der menschliche Geist ist fokussiert, während der Körper vor dem Computer das Gefühl hat, dass er es nicht ist. Diese Dissonanz, die zu widersprüchlichen Gefühlen führt, ist anstrengend und wird durch die Nutzenden auch als solche wahrgenommen (vgl. Gianpiero Petriglieri: »The reason Zoom calls drain your energy: Video chat is helping us stay employed and connected. But what makes it so tiring - and how can we reduce ›Zoom fatigue?‹«. Auf: BBC Worklife, dort datiert am 22.4.2020, <https://www.bbc.com/worklife/article/20200421-why-zoom-video-chats-are-so-exhausting>, zul. abgerufen am 5.3.2021). Bisher gibt es neben der Studie von Ferran und Sussman jedoch nur wenige Untersuchungen, die ein umfassendes Bild davon zeichnen, wie sich die hohe Zahl von Videokonferenzen auf die psychische und physische Verfassung ihrer Nutzenden auswirkt. Viele Einschätzungen basieren bisher auf einzelnen Berichten und medialen Stimmungsbildern. Eine Studie unter Leitung von Prof. Dr. Jutta Rump der Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft in Ludwigshafen liefert jedoch erste Ergebnisse (vgl. Jutta Rump u. Marc Brandt: »Zoom fatigue«. Unveröffentlichter Vortrag. Hochschule für Wirtschaft und Gesellschaft Ludwigshafen, September 2020). Dort wurde untersucht, wie verbreitet *Zoom Fatigue* unter deutschen Büroangestellten ist: 60 Prozent der Befragten gaben an, das Phänomen selbst zu kennen, 15 Prozent litten dauerhaft darunter. Auch zu den konkreten Symptomen gibt die Studie Aufschluss. Demnach scheint *Zoom Fatigue* mehr als reine Erschöpfung zu sein. So berichteten die Studienteilnehmer vor allem von Konzentrationsschwierigkeiten, zunehmender Ungeduld und Gereiztheit, Kopf- und Rückenschmerzen sowie Glieder- und Magenschmerzen. Darüber hinaus sinken die Produktivität sowie die Qualität der Arbeitsergebnisse; zudem steigt die Wahrscheinlichkeit für Fehler.

⁵⁹ Annekathrin Kohout: »Ästhetik der (Selbst-)Kontrolle.« Auf: *sofrischsogut*, dort datiert am 18.11.2020, <https://sofrischsogut.com/2020/11/18/asthetik-der-selbst-kontrolle/>, zul. abgerufen am 5.3.2021. Siehe hierzu den Abschnitt zu Gesichtsfiltren auf Basis von AR.

⁶⁰ Die Möglichkeit zu überprüfen, ob die Übertragungsverhältnisse stimmen oder ob man selbst gut sichtbar ist, ist durchaus von essentieller Bedeutung für das Gelingen audiovisueller Fernkommunikation sowie das Entstehen von Nähe und Intimität.

dingungen auch die Gewohnheiten und Wahrnehmungsbedingungen geändert haben. Eine mögliche Erklärung dafür findet sich in den Theorien von Ludwig Fleck. Darin beschreibt er das fachspezifische Sehen respektive Erkennen (im Kontext der Aneignung von Wissen oder Fähigkeiten) als Teil der gemeinsamen Praxis eines sogenannten Denkkollektivs: »We look with our own eyes, but we see with the eyes of the collective body, we see the forms whose sense and range of permissible transpositions is created by the collective body«. ⁶¹ Heißt: Wir sind überhaupt erst dazu in Lage uns selbst während der Führung eines Gespräches zu sehen, weil wir als Bestandteil der Gesellschaft, die die Aneignung der Technologie sowie ihrer spezifischen Bedingungen angenommen und verinnerlicht hat, gelernt haben die selbstreflexiv wahrzunehmen und weiterzuverarbeiten. Demnach lässt sich das von Fleck postulierte »Denkkollektiv« in Richtung eines »Sehkollektivs« umdenken (im Sinne einer gemeinschaftlich gelernten, über die Jahre angeeigneten Art zu sehen beziehungsweise – und hier schließt sich der Kreis – zu blicken).

Von Interesse ist auch die Frage danach, ob sich mögliche Hierarchisierungen aus der Größe des Eigenbildes beziehungsweise aus dem Größenverhältnis zwischen beiden Bildern ergeben. Heißt: Sinkt oder steigt die Selbstwahrnehmung linear oder exponentiell zum Größenverhältnis zwischen beiden Bildern oder lassen sich hierbei mögliche Tendenzen erkennen? Was ist, wenn das Bild der Gegenstelle gleich groß zu dem eigenen ist und wie verändert sich dies, wenn es größer wird? Spannend ist in diesem Kontext auch das Hinterfragen der Selbstwahrnehmung in Bezug auf die Erweiterung des eigenen (Aktions-) Raumes. Inwieweit dieses bzw. das der Raumdimension, bereits in videovermittelter Kommunikation zum Tragen kommt, welche Ausprägungen dabei von Bedeutung sind, welche Rolle das Eigenbild dabei spielt und wie sich diese auf die Informalität auswirken, soll deshalb innerhalb der eigenen, über diesen Beitrag hinausgehenden Forschung betrachtet werden.

61 Fleck: »To look, to see, to know«, S. 136.