



Interview: Christian Häring

Foto: Onuk

„Der Mitmensch wird erträglicher.“

Gute Gespräche gibt es nur, wenn man sich gegenüber sitzt? Ein Vorurteil, weiß Professor Peter Weibel, Vorstand des Zentrums für Kunst und Medientechnologie in Karlsruhe. Kommunikation auf Distanz ist nicht nur günstiger und sicherer, sondern auch besser, meint er.

brand eins: Herr Weibel, wie sieht die Kommunikation der Zukunft aus?

Weibel: Die Fern-Kommunikation wird die Zukunft dominieren. Unsere Sinne werden global. Wir können durch die Telemedien weltweit sehen und hören. Die Teletechnologien befreien uns von dem Gefängnis des Hier und Jetzt, von unserer unmittelbaren räumlichen Umgebung. War mit dem Telefon nur eine Fernkommunikation zwischen realen Welten möglich, so leitet das Internet eine Epoche der Kommunikation zwischen realen und virtuellen Räumen ein. Wir werden eine unvorstellbare Erweiterung der Kommunikationskanäle erleben. Das Wichtige ist dabei der Akt der Kommunikation, nicht der Inhalt.

Wird der Mensch zum Tele-Schwätzer?

Das ist eine urdeutsche Angelegenheit, dass immer alles besonders tief Sinnig sein muss. Die Qualität der Kommunikation kann auch an ihrer Intensität gemessen werden, an der Häufigkeit, in der sie auftritt. Durch Teletechnik kommt es zu einer Explosion unserer Fernsinne, dem Sehen und Hören. Die sind im Vergleich zum Riechen, Tasten und Schmecken die abstraktionsfähigeren Sinne, sie liefern dem Gehirn die meisten Informationen und Inhalte. Das sind die Sinne, die wir bei der Teletechnik nutzen. Und ausgerechnet die sollen zur Verflachung beitragen?

Ist Fernkommunikation nicht unsinnlich?

Im Gegenteil. Durch das Radio und den Tonfilm kam es zum Beispiel zu einer Aufwertung der Stimme, die plötzlich als eigenständiger erotischer Reiz entdeckt wurde. Insgesamt kommt es zu einer wesentlich differenzierteren Wahrnehmung. Ein Blinder lernt aus dem Gehörten mehr Zwischentöne, mehr Informationen herauszulesen. Das erhöht das Lustempfinden. Die Ferngesellschaft ist also eine sehr sinnliche Gemeinde, die vor allem damit beschäftigt ist, ständig neue Schlüsselreize zu erzeugen.

Verkümmern dann die Nahsinne?

Schauen wir uns mal „Big Brother“ an, ein extremes Beispiel dieser voyeuristischen Nahgesellschaft auf medialer Basis. Deshalb dürfen die Insassen nicht Fernsehen oder Radio hören, weil sie die Nahgesellschaft verkörpern sollen. Der Zuschauer sitzt vor dem Bildschirm, löffelt seine Suppe, sieht jemanden, der auch gerade seine Suppe löffelt, und freut sich, dass er als Mitglied der Ferngesellschaft zurück in eine Höhle blickt, in der unsere Vorfahren mal in engstem Hautkontakt gelebt haben.

Zeigt das nicht, dass wir uns nach Nahgesellschaft sehnen?

Das ist ein weit verbreiteter Irrglaube, wie an der romantischen Verklärung und hartnäckigen Idealisierung des persönlichen Gesprächs, der Face-to-Face-Kommunikation, deutlich zu sehen ist. Das ist eine Ganzkörper-Multimedia-Show, mit der die meisten Menschen schlichtweg überfordert sind.

Im Grunde genommen nehmen wir alle gern Gelegenheiten wahr, uns in virtuelle Welten zu versetzen. Bei Kindern sieht man das sehr deutlich. Die reden immer mit der realen und der virtuellen Welt gleichzeitig. Hier sein und gleichzeitig woanders sein. Das gilt genauso für Erwachsene. Ein Buch zu lesen, ins Theater oder Kino zu gehen, Tagträumen nachzuhängen, für einen Glauben, eine Religion, eine Ideologie, eine Überzeugung oder für Werte einzutreten – all das sind virtuelle Welten. Kommunikation selbst ist etwas rein Virtuelles. Es geht um Erfahrungen, die ich selbst nicht gemacht habe. Die angeblich reale Welt ist viel virtueller, als man glaubt.

Was ist das Besondere an der technischen Fernkommunikation?

Die technische Fernkommunikation entlastet uns als Personen vom Zwang zum Ritualen. Wie viele Tabus muss ein Buchhalter brechen, damit er physisch zum Vorstand durchkommt, selbst wenn er tagtäglich nur wenige Meter von der Geschäftsführung entfernt sitzt? Und: Nahkommunikation zwingt zu permanenter Kommunikation, lässt Schweigen nicht zu. Zwei Minuten mit einem Wildfremden allein im Lift genügen für eine gespannte, peinliche Atmosphäre.

Sind die neuen Medien eine Flucht vor dem Mitmenschen?

Auch. Die zukünftigen Bildschirm-Handys beispielsweise, die jederzeit und an jedem Ort Zugang zu virtuellen Welten ermöglichen, schaffen unzählige Parallelwelten. Wenn wir das Gefühl haben, überall hin ausweichen zu können, verlieren wir aber auch die Angst vor massenhafter Nähe. Der Mitmensch wird erträglicher. Dadurch werden viele gesellschaftliche Tabus und Regeln fallen.

Wie verhalten sich die realen virtuellen Welten der neuen Medien zu den geistigen virtuellen Welten wie Glaube, Vision, Ideologie?

Das ist genau die Kehrseite der Medaille: Ideologien, Utopien, Visionen, das Prinzip Hoffnung, jede Form des Glaubens, ob an Gott oder irgendwelche Managementstrategien – das alles sind letztlich innere Bilder, geistige Sinnesorgane, die das Gehirn, das ja am liebsten mit sich selbst beschäftigt ist, erzeugt. Diese ideologischen Sinne haben eine viel größere Reichweite als Hören und Sehen – Religionen lassen sich etwa grundsätzlich mit der Unendlichkeit oder der Ewigkeit ein. Damit treten sie natürlich in unmittelbare Konkurrenz zu Teletechnologien, die genauso eine Erweiterung unserer Fernsinne sind.

Wenn die Leute gen Himmel blicken, kommunizieren sie über einen geistigen Satelliten: einen Gott, eine höhere Gerechtigkeit oder eine gemeinsame Vision.

Monotheistische Religionen leben davon, plastisch nicht fassbar zu sein. „Du sollst dir kein Bildnis von mir machen“, heißt es im Alten Testament. Innere Bilder werden durch äußere zerstört, entzaubert.

Ein etwas neuzeitlicheres Beispiel für diesen Mechanismus wäre hilfreich ...

Gehen wir am besten dorthin, wo die neuen Medien zu Hause sind, an den Neuen Markt. Er war ja zunächst gewissermaßen auch nicht sichtbar, weil er noch keine Historie hatte. Gelten hier noch die betriebswirtschaftlichen Gesetze?, hat man sich gefragt. Das erscheint mir so, als ob die Gültigkeit der vier Grundrechenarten in der New Economy bezweifelt wird. Derart stark waren der Glaube, die Hoffnung und die Visionen, die sich mit dieser neuen Form des Wirtschaftens verbunden haben, dass die augenfälligsten Dinge nicht gesehen wurden.

Nicht das Gehirn wurde ausgeschaltet, das war vollauf mit inneren Bildern beschäftigt, sondern die Sinne. Und genau das ist mit Verblendung gemeint: wenn innere Bilder die Äußeren dominieren.

Aus Schaden wird man also nicht klug, sondern sinnlich?

Exakt darum geht es. Die New Economy, technologisch getragen von der Datenübertragung, also der Möglichkeit, weltweit eine Unzahl von Bildern zu produzieren, hat nun in kürzester Zeit mit den eigenen inneren Bildern aufgeräumt: den zum Teil abstrusen Visionen, wilden Prognosen und dem Glauben an unendliche Wachstumsraten. Geld zu verlieren tut weh. Und wer nicht hören, also seine organischen Fernsinne gebrauchen will, muss fühlen. Visionen schrumpfen ganz plötzlich zu realisierbaren Zielen zusammen.

Vielleicht waren die Anleger einfach nur zu gierig?

Die Frage trifft das Thema mitten ins Herz. Denn Gier ist ein originäres Bedürfnis der Nahkommunikation. Gier ist etwas hochtaktil, Gier will greifen, Geldscheine, zumindest aber den Konto- oder Depotauszug in Händen halten.

Auch die Angst vor Verlusten erleben wir meist vegetativ, wie man an dem Phänomen des Angstschweißes erkennen kann. Die Folge: Es kommt zu Panikverkäufen an der Börse. Hier fehlt die nötige Distanz der Fernsinne. Oder: Leute glauben, sie seien schlauer als der Finanzmarkt. Das ist Nahkampf: Mann gegen Mann. Wir wissen, wie das ausgeht: Wie eine Gesellschaft kommuniziert, so wirtschaftet sie auch. -----|

Zur Person:

Peter Weibel wurde 1944 in Odessa geboren und studierte Literatur, Medizin, Mathematik, Philosophie und Film in Paris und Wien. Neben zahlreichen internationalen Professuren – unter anderem auch für Video and Digital Arts am Center for Media Study an der State University of New York in Buffalo, engagierte er sich im Kunst- und Kulturbetrieb und hat sich auch als Medienkünstler einen Namen gemacht. Seit 1. Januar 1999 ist Weibel Vorstand des Zentrums für Kunst und Medientechnologie (ZKM) in Karlsruhe.