

Norbert M. Schmitz

Horst Rörig: Die Mär vom Mehr. Strategien der Interaktivität. Begriff, Geschichte, Funktionsmuster

2007

<https://doi.org/10.17192/ep2007.3.1179>

Veröffentlichungsversion / published version

Rezension / review

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Schmitz, Norbert M.: Horst Rörig: Die Mär vom Mehr. Strategien der Interaktivität. Begriff, Geschichte, Funktionsmuster. In: *MEDIENwissenschaft: Rezensionen | Reviews*, Jg. 24 (2007), Nr. 3, S. 371–373. DOI: <https://doi.org/10.17192/ep2007.3.1179>.

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer Deposit-Lizenz (Keine Weiterverbreitung - keine Bearbeitung) zur Verfügung gestellt. Gewährt wird ein nicht exklusives, nicht übertragbares, persönliches und beschränktes Recht auf Nutzung dieses Dokuments. Dieses Dokument ist ausschließlich für den persönlichen, nicht-kommerziellen Gebrauch bestimmt. Auf sämtlichen Kopien dieses Dokuments müssen alle Urheberrechtshinweise und sonstigen Hinweise auf gesetzlichen Schutz beibehalten werden. Sie dürfen dieses Dokument nicht in irgendeiner Weise abändern, noch dürfen Sie dieses Dokument für öffentliche oder kommerzielle Zwecke vervielfältigen, öffentlich ausstellen, aufführen, vertreiben oder anderweitig nutzen.

Mit der Verwendung dieses Dokuments erkennen Sie die Nutzungsbedingungen an.

Terms of use:

This document is made available under a Deposit License (No Redistribution - no modifications). We grant a non-exclusive, non-transferable, individual, and limited right for using this document. This document is solely intended for your personal, non-commercial use. All copies of this documents must retain all copyright information and other information regarding legal protection. You are not allowed to alter this document in any way, to copy it for public or commercial purposes, to exhibit the document in public, to perform, distribute, or otherwise use the document in public.

By using this particular document, you accept the conditions of use stated above.

Horst Rörig: Die Mär vom Mehr. Strategien der Interaktivität. Begriff, Geschichte, Funktionsmuster

Berlin: LIT Verlag 2006 (Medienwissenschaft, Bd. 1), 275 S., ISBN 978-3-8258-9389-7, € 29,90

Interaktivität ist tatsächlich zum vielleicht klangvollsten Schlagwort der Medienkunst wie der Medientheorie avanciert. Mit ihm geht das Versprechen einer neuen Freiheit, einer nicht-repressiven Kommunikation qua *deus ex technica* klangvoll einher. Umso sinnvoller erscheint das Unterfangen, diesem Begriff unabhängig

von nur medientheoretischen Debatten historisch und systematisch auf den Grund zu gehen. Horst Rörig führt den Begriff auf seine Ursprünge in der idealistischen Subjektphilosophie Hegels, über Marx und Weber, bis hin zu soziologischen, kommunikationswissenschaftlichen und systemtheoretischen Überlegungen zurück. Er spannt diesen Bogen nicht zu unrecht, denn letztlich handelt es sich um die utopische Beschwörung eines humanistischen Ideals, selbst da noch – und dies zeigt die gründliche Studie –, wo sie diese ihre humanistische Grundlegung als überflüssigen ‚Idealismus‘ aus den ‚Geisteswissenschaften‘ austreiben will. „Interaktivität sympathisiert dabei mit den positiven Attributen interpersonaler Interaktion und wird damit unterschwellig mit bürgerlichen Vernunftidealen des ‚guten Gesprächs‘ aufgeladen. Basis der Interaktivität ist die Interaktion, das persönliche und alles erfassende Vis-a-vis, welches in seiner direkten Unmittelbarkeit Rückkoppelungs- und Reflexionspotenziale, d.h. soziale und identitätsstiftende Funktionen, soziale Orientierungen, Anerkennung, Reputation usw. integriert.“ (S.5) Insofern ist der Rekurs auf die einschlägigen Emanzipationsutopien von Brecht bis Habermas naheliegend. Zentral für die aktuelle Interaktionsmetapher und ihren diskursiven Pathos ist die Vorstellung eines Ersatzes alter subjekt- bzw. sozialbezogener Logiken durch einen wie auch immer gearteten technischen Effekt, der vermeintlich die Paradoxien und Desillusionierungen überkommener Modelle in einer radikal medialen Utopie aufhebt. „Als technisch vermittelte Interaktion sucht Interaktivität ihre eigene Vermitteltheit aufzuheben und sich darüber hinaus als das bessere Neuere gegenüber dem vermeintlich begrenzten Alten zu qualifizieren. Interaktivität muss zugleich die Maßgaben der Interaktion in sich aufnehmen und diese auf technischen Bahnen erweitern, damit überhaupt ein interaktives Mehr entsteht, was über die Dimension interpersonaler Interaktion hinausgeht, um sich zu legitimieren.“ (S.5f.) Eben dies Mehr, methodisch von Rörig immer wieder als Trias gegenüber einem bloß bipolaren Dualismus basaler Kommunikation über die ganze Strecke dieser Dissertation herausgearbeitet, bildet das methodische Gerüst, das vermeintliche ‚Mehr‘ als ‚Mär‘ zu entlarven.

Anhand unterschiedlich subtil kritizierter Positionen neuerer Medientheorie von McLuhan bis zu Kittler und anderen zeigt sich, dass die grundlegende anthropologisch determinierte Konstellation personaler Kommunikation nicht hintergangen werden kann, ohne die von manchem Medientheoretiker apostrophierte neue ‚Freiheit‘ digitaler Kommunikation im wörtlichen Sinne gegenstands- oder bezugslos gleichermaßen in einem Nichts aufzuheben. Systematisch arbeitet der Autor solche Aporien auf und zeigt, dass eher ‚Sprachspiele‘ denn ernsthafte philosophische Diskurse etwa eine gut Heidegger’sch verbrämte Null-Metaphorik kennzeichnen. Doch welche Leerstelle wäre der Bezug des Kommunikationsmodells?

Zum Ende zeigt sich die Relevanz klassischer Emanzipationskonzepte: „Selbst bei schonungsloser Affirmation des Interaktiven zeigen sich deren Gestaltungsräume und Geltungsbereiche gegenüber Interaktionsmodellen von

Hegel bis Habermas erheblich reduziert.“ (S.249) Tatsächlich wird hier letztlich ein ganz klassisch passives Rezeptionsverhältnis Mensch-Maschine mit gewaltigem Vokabular wieder salonfähig gemacht. Der Rezensent würde das Argument Rörigs denn auch mit der polemischen Beschreibung solcher Ansätze als ‚technischen Neobehaviorismus‘ stützen. Jedenfalls verwundern aus solcher Theorieperspektive die Realitäten der Netzkommunikation kaum, die von den überraschten Euphorikern unter den Medienpraktikern und -theoretikern in der Regel eher schlicht moralisch verdammt oder im Wettlauf neuester Theoriesubtilitäten gerne gemieden werden. „Die theoretischen Defizite werden leicht offenbar, wenn man die interaktiven Versprechen in Relation zu den Realitäten der Computerkommunikation stellt. Im Netzmedium findet sich Interaktivität im massenmedialen Stigma des passiven Rezipienten wieder, dessen aktives Potenzial (z.B. der eigenen Homepage) ironischerweise an der ‚basisdemokratischen‘ Struktur Schiffbruch erleidet. (300 Millionen WWW-Seiten)“ (S.248) Die theoretischen Aporien der diskutierten Ansätze sind oft so evident wie schlicht: „Die Quantität der Informationen wird vielfach unreflektiert als Qualität derselben angeführt, die Selektion innerhalb der Datenmengen gilt oftmals bereits als Interaktivität – aber Selektion ist keine Interaktion [...]“ (S.250). Auch bei diesem sinnvollen Argument fragt man sich allerdings, ob mancher Theorie-Hype im Gefolge jeweils neuester Kommunikationsstrategien nicht selbst unverständlich und erstaunlich ist, denn es bedarf nicht unbedingt solcher subtiler und verdienstvoller, wenngleich gelegentlich etwas akademisch geratener Analysen wie der vorliegenden, um eben solches festzustellen. Jeder Blick auf die Kapazitäten menschlicher Informationsverarbeitung zeigt doch die einschlägigen Grenzen und wie Rörig selbst süffisant feststellt, ist es eine Alltagserfahrung, dass eine große Bibliothek nicht unbedingt Rückschlüsse auf den ‚großen Geist‘ ihres Besitzers erlaubt. Und die Menge an E-Mails und sonstigen Netzaktivitäten verrät nichts über die Qualität der Kommunikation. Unser Hirn ist eben doch mehr als ein Computer und schlichte Technologismen sind als Grundlage pseudomaterialistischer Theorie mindestens fahrlässig.

Norbert M. Schmitz (Kiel Wuppertal)