

Perspektiven einer Rekonstruktiven Medienforschung: Zoom als sozialer Rahmen von Situation und Kommunikation

Klinge, Denise

Erstveröffentlichung / Primary Publication

Sammelwerksbeitrag / collection article

Empfohlene Zitierung / Suggested Citation:

Klinge, D. (2022). Perspektiven einer Rekonstruktiven Medienforschung: Zoom als sozialer Rahmen von Situation und Kommunikation. In S. Hoffmann, D. Klinge, D. Petersen, & S. Rundel (Eds.), *Jahrbuch Dokumentarische Methode. Heft 5/2022* (pp. 15-40) centrum für qualitative evaluations- und sozialforschung e.V. (ces). <https://doi.org/10.21241/ssoar.85954>

Nutzungsbedingungen:

Dieser Text wird unter einer CC BY-SA Lizenz (Namensnennung-Weitergabe unter gleichen Bedingungen) zur Verfügung gestellt. Nähere Auskünfte zu den CC-Lizenzen finden Sie hier: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/deed.de>

Terms of use:

This document is made available under a CC BY-SA Licence (Attribution-ShareAlike). For more information see: <https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0>

Perspektiven einer Rekonstruktiven Medienforschung. Zoom als sozialer Rahmen von Situation und Kommunikation

Im Laufe der letzten beiden Jahre stieg vor allem mit der Corona-Pandemie und den damit einhergehenden Beschränkungen physischer Treffen die Nutzung von digitalen Kommunikationstools in vielen sozialen Bereichen. So wurden im Homeoffice Arbeitstreffen und Konferenzen mithilfe von Videokonferenztools abgehalten, Schulunterricht und Universitätslehre auf diesem Wege digital durchgeführt oder qualitative Forschungsdaten über derartige Technologien erhoben (vgl. den Beitrag von Hinzke und Paseka in diesem Band). Ein Programm, das besondere Aufmerksamkeit erfuhr und sich für die Rahmung und Ermöglichung dieser Praktiken durchsetzte, ist die Videokommunikationsplattform Zoom. Zwischen Dezember 2019 und Mai 2020 stiegen die Nutzer*innenzahlen von zehn Millionen auf 200 Millionen und im sich anschließenden Juni auf 300 Millionen an; zwischen 2020 und 2021 konnte Zoom seine Einnahmen auf vier Milliarden erhöhen und damit verdoppeln (vgl. Iqbal 2022). Diese Verbreitung führte zu einer Konventionalisierung der Plattform, sodass ‚zoomen‘ schlechthin zum Synonym für das Abhalten einer Videokonferenz avancierte (vgl. Bailenson 2021, S. 3). Zoom Video Communications wurde 2011 in San José, einer Stadt des Silicon Valleys, von Eric Yuan gegründet, 2012 veröffentlichte die Firma die entsprechende Videokonferenzsoftware, 2019 ging das Unternehmen an die Börse (vgl. Weiner 2017). Der Erfolg von Zoom und die Verdrängung anderer Videokonferenztools (z. B. Skype) vom Markt setzte erst mit der Pandemie ein, was der Nutzer*innenfreundlichkeit und der Stabilität des Programms zugeschrieben wird (Duffy 2022). Mit zunehmender Institutionalisierung derartiger digitaler Kommunikation stellte sich auch eine Diskussion über die Konsequenzen wie Erschöpfungerscheinung ein, die auch als *Zoom-Fatigue* (vgl. u. a. Fauville et al.

2021) bezeichnet wird. Es scheinen Nutzungsarten im Videokonferenztool angelegt zu sein, die in der Praxis zu solchen ‚Nebenwirkungen‘ führen.

Im vorliegenden Beitrag soll Zoom als Medium digitaler Kommunikation analysiert werden. Welche Strukturen, Möglichkeiten und Affordanzen bietet das Medium selbst für Kommunikation und damit für die soziale Situation an? Wie Zoom in eine Praxis integriert ist und welche Konsequenzen dies für menschliche Akteur*innen hat, diskutiert der andere Schwerpunktbeitrag in diesem Band von Hinzke und Paseka: Konkret wird hier in den Blick genommen, wie sich ein Erhebungssetting gestaltet, das auf das Tool Zoom in der universitären Lehre zurückgreift, und welche Konsequenzen daraus für die Gewinnung von Gruppendiskussionsdaten erwachsen. Hinzke und Paseka weisen im Rahmen ihrer Systematisierung der Forschungslandschaft zur Online-Datenerhebung darauf hin, dass dort vordergründig die Vor- und Nachteile der Nutzung von Online-Konferenztools diskutiert und ethische Aspekte hingegen vernachlässigt werden, es allerdings auch wenig grundlagentheoretische Forschung zum Neuheitswert dieser Erhebungssituation gibt. Diese Feststellung tangiert zwei wichtige Punkte einer *Rekonstruktiven Medienforschung*: Erstens tritt ein rekonstruktives Argument zutage, nämlich dass Medien Wirklichkeit schaffen und bestimmte Praktiken erst ermöglichen. Zweitens rufen gerade digitale Medien ethische Fragen nach Datenschutz, Datensammlung und algorithmischer Datenverarbeitung, aber auch nach der Erforschung von Nudging durch bestimmte Designelemente auf (vgl. Decuyper und Hartong 2022). Beide Aspekte verweisen darauf, dass das Medium selbst spezifische Handlungsweisen und Orientierungen nahelegt, die in der Medienforschung Beachtung finden sollten.

Im Folgenden werden zunächst methodologische und methodische Aspekte einer Rekonstruktiven Medienforschung als Grundlage für solch eine Analyseperspektive ausgearbeitet und systematisiert (Kap. 1). Im Anschluss wird die Forschung verschiedener Disziplinen zum Medium Zoom dahingehend befragt, welche Nutzungsweisen nahegelegt werden und welche Auswirkungen des Mediums erforscht wurden (Kap. 2). Danach werden die Ergebnisse einer rekonstruktiven Analyse des Mediums vorgestellt (Kap. 3) und diskutiert (Kap. 4).

1 Rekonstruktive Medienforschung

Vordergründig für eine methodologische Diskussion einer Rekonstruktiven Medienforschung ist das Verständnis von Medien und ihre Einlassung *in* und ihre Ermöglichung *von* Welt sowie ihre Verstrickung *mit* Praktiken. Daran schließen sich Fragen der Definition von Medien an sowie danach, welche Rahmung von Selbst und Welt man ihnen zuschreibt: Sind sie ‚nur‘ Werkzeuge für menschliche Handlungen, oder haben sie ein „Eigenleben“, das „den

menschlichen Handlungen hinzu[ge]fügt und gegenüber[ge]stellt“ wird (Schelhowe 2016, S. 45)? Oder ermöglichen sie gar erst bestimmte Praktiken und Sichtweisen? So reflektieren auf der einen Seite Medientheorien sowohl soziale als auch ästhetische Effekte von Einzelmedien, wie jene von Fernsehen, Radio oder Printmedien, und auf der anderen Seite beleuchten Medienontologien einzelmedienübergreifend die Grundstrukturen von Wirklichkeit durch und mit Medien (vgl. Leschke 2001, S. 25 ff.). Im Sinne jüngerer Medienentwicklungen und Diskussionen um eine Mediatisierung des Lebens zeigt sich dann eine Verquickung von Einzelmedientheorien (bezüglich digitaler Medien) und genereller Medienontologien, wenn einerseits eine zunehmende Durchdringung des Alltags mit digitalen Medien und Datenstrukturen diagnostiziert und andererseits darauf verwiesen wird, dass sich gesellschaftliche Strukturen und Praktiken in Wechselwirkung mit den Medien der Zeit wandeln (vgl. u. a. Krotz 2007).

1.1 Methodologische Grundierung einer Rekonstruktiven Medienforschung

Eine der ersten Beiträge zu einer generellen Medienontologie lieferte Marshall McLuhan (vgl. McLuhan 1964; McLuhan und Fiore 1967), in der er Medien dadurch bestimmte, dass sie erst Raum- und Zeitverhältnisse und Aufmerksamkeitsfokussierungen herstellten. Für eine Rekonstruktive Medienforschung und die in diesem Rahmen zu analysierende *Sinnkonstruktion* der Medien (und Konzentration der *Sinne*)¹ lässt sich jenes medienessenzialistische Argument anbringen, nach dem Medien selbst Praktiken rahmten bzw. gar erst denkmöglich machten (vgl. u. a. Krämer 1994). Sie stellen eine Differenzierung und Differenz des Selbst zur Außenwelt her und erschaffen damit bestimmte Wahrnehmungs-, Handlungs- und Sozialitätsmöglichkeiten. So gestattet beispielsweise das Medium der Schrift eine raumzeitliche Abstandvergrößerung und eine Metaperspektive auf Vergangenheit, Gegenwart und Zukunft (vgl. Giddens 1996, S. 53 ff.). Visuelle Technologien rahmen Wirklichkeit als einheitliche Zeit und einheitlichen Raum; in ihnen lassen sich Geschehnisse folglich sequenziell aufeinander beziehen, und ihre Reihenfolge ermöglicht es, Ursachen zu schlussfolgern, wie sich zum Beispiel an den mit der Fototechnik aufkommenden Bewegungsstudien im ausgehenden 19. Jahrhundert erkennen

1 Hörisch differenziert in seiner Lesart der Mediengeschichte die Relationierung von *Sinn* und *Sinnen* durch und mit Medien: Während die stimm- und schriftzentrierte frühe Mediengeschichte den Sinn in den Mittelpunkt stellte und die Sinne nachordnete, fokussierten darauffolgende Medien hingegen ihre Aufmerksamkeit auf die Sinne in Medien wie Fono- oder Fotografie. Durch die Hybridisierung aller Medien in Computertechnologie würden die Sinn-Sinne-Konstellationen unüberschaubar (vgl. Hörisch 2004, S. 14 f.).

lässt (vgl. McLuhan 2011, S. 22). Medien sind entsprechend an Wissensdarstellungen und -konstruktionen beteiligt (vgl. Wagner 2013, S. 57) und stellen verschiedene Wahrnehmungsmöglichkeiten von Welt bereit (vgl. Faulstich 2012, S. 23).

Entsprechend plädiert Patrick Bettinger (2018) in seiner Argumentation für eine praxeologische Medienbildung gewendet auf Bildungsprozesse, dass jene Prozesse in der Verbindung von Mensch und „medialen Artefakten“ verstanden werden sollten und die Analyse dieser Verbindungen „auf der Mikroebene Einblicke in die Bedeutung von Medien im Rahmen von sozio-medialen Veränderungsprozessen“ gewährt (ebd., S. 398). Ähnlich argumentiert Burkhard Schäffer (2022) in Bezug auf „interpretative epistemische Praktiken“, die mit „Medien als grundlegende Bedingung jeglichen Wahrnehmens, Denkens [und] Urteilens“ einhergehen (ebd., S. 161). So hat beispielsweise das Tonbandgerät eine völlig neue Möglichkeit der epistemischen Beschäftigung mit Sprache und Wirklichkeitskonstruktion erschaffen (vgl. ebd., S. 149). Aber auch in Bezug auf Alltagskommunikation legen zum Beispiel Internetforen eine bestimmte Art und Weise der Interaktion und Kommunikation nahe (vgl. Przyborski und Wohrab-Sahar 2021, S. 190 ff.) und Apps bieten mit spezifischen Vermittlungsmodi in Feedbackschleifen ebenfalls Sinnkonstruktionen an (vgl. Klinge 2020). Daraus lässt sich schlussfolgern, dass auch Videokommunikationsplattformen wie Zoom Kommunikation und Wahrnehmung auf bestimmte Art und Weise rahmen bzw. erst ermöglichen.

Gerade digitale Medien zeichnen sich durch Affordanzen als „latentes Handlungsangebot“ (Zillien 2019, S. 226) aus, welches durch das Design zum Tragen kommen und damit Handlungskontexte schaffen, die wiederum bestimmte Praktiken und diskursive Rahmungen der sozialen Situation nahelegen. Diese Affordanzen ergeben sich unter anderem aus der Konstruktionspraxis und der Medialität der Medien, denn Letztere sind nicht losgelöst vom Habitus der Medienproduzierenden: „Medialität und das technische Dispositiv werden in einem Medienangebot durch jene, die das Medienangebot produzieren, im Rahmen ihres Habitus [...] verbunden“ (Przyborski 2018, S. 138). Medien tragen entsprechend zum einen die *Orientierungen und Diskurse* derjenigen in sich, die sie konstruiert haben (vgl. u. a. Klinge 2018), zum anderen agieren sie in bestimmten *Modi der Medialitäten* (textliche, visuelle, auditive, algorithmische etc.) und rahmen damit „Möglichkeiten für die Praxis des Darstellens sowie unterschiedliche Formen der Kommunikation“ (Przyborski 2018, S. 129). Bezüglich der durch Entwicklungen eingeschriebenen Diskurse und Orientierungen verdeutlicht Adrian Daub (2020) beispielsweise in seiner Analyse, dass Arbeit im Silicon Valley Technologiesektor grundsätzlich ästhetisiert und Nonkonformismus stilisiert werde (vgl. ebd., S. 76 ff.), um die (Arbeits-)Praxis effizienter und unterhaltsamer zu gestalten (vgl. ebd., S. 106). Dabei zeigt sich, dass sich solche Weltanschauungen auch in den Medien (wie

Sprachlernapps) niederschlagen (vgl. Klinge 2020). Mit Blick auf die verschiedenen Modi der Medialitäten, die gerade digitale Technologien charakterisieren, lassen sich vielschichtige und vernetzte Infrastrukturen und Sinnebenen erkennen, die unter anderem auch neue Partizipationsstrukturen (in Sozialen Medien) bereitstellen (vgl. Geimer 2022, S. 131). Dadurch entstehen aber in der Folge ebenfalls sichtbare und unsichtbare Hierarchisierungen durch algorithmische Medialität und entsprechende algorithmische Strukturierungen des Sozialen (vgl. Bettinger 2021, S. 14).

Diesen Überlegungen geschuldet, wird vorliegend hinsichtlich einer methodologischen Grundierung einer Rekonstruktiven Medienforschung vorangestellt, dass Medien Orientierungen und Diskurse der Produzent*innen in sich tragen, die es zu rekonstruieren gilt. Daneben konstruieren die Medialitäten des Mediums, welche sich gerade im Digitalen in vielschichtigen Konstellationen und Relationen zeigen, den Wahrnehmungs- und Handlungsrahmen, was es bei analytischen Zugängen zu beachten gilt.

1.2 *Interpretationsperspektiven und Methoden einer Rekonstruktiven Medienforschung*

Um den dargelegten methodologischen Voraussetzungen im methodischen Vorgehen der rekonstruktiven Analyse digitaler Medien gerecht zu werden, können verschiedene Interpretationszugänge ausgemacht werden:

(1) Medien können rekonstruktiv erforscht werden, indem man sich dem Umgang mit ihnen als Interaktion zwischen Menschen und Medien zuwendet. So wird schon in den *Studies of Work*, zurückgehend auf Harold Garfinkel (1967), das Interesse darauf gelegt, wie soziale Ordnung im Handeln mit Medien hergestellt wird (vgl. Bergmann 2011, S. 394 f.). Die Konzeption der Mensch-Maschine-Kommunikation liegt wesentlich in dieser Analyse und dem darauf basierenden Versuch der Optimierung des gegenseitigen ‚Verstehens‘ begründet (vgl. Suchman 1985, S. 124). Dabei spielt insbesondere die Erforschung von Situationen insofern eine Rolle, als Medien und Menschen in dieser analytischen Perspektive Handlungsräume gemeinsam gestalten (vgl. Clarke 2012). So zeigen beispielsweise Samira Alirezabeigi et al. (2022) in einer ethnografischen Untersuchung, wie Aufgaben durch Screen mediiert in Klassenräumen die raumzeitliche Organisation einer Schulstunde beeinflussen (können), indem verschiedene Zeitzonen konstruiert, aber auch indem der Fluss von Aufgabenbearbeitung im Sinne einer sequenziell Abarbeitung in den Vordergrund rückt. Der Analysefokus dieser Perspektive liegt demgemäß auf der *situativen Performanz der Interaktion zwischen Menschen und Medien*.

(2) Ein weiterer Analysefokus, welcher schon in der methodologischen Grundierung dieses Texts angerissen wurde, nimmt *Spuren digitaler Kommunikation und Inszenierungen* unter anderem auf Social-Media-Plattformen

in den Blick. Dabei wird das Material untersucht, welches in der Auseinandersetzung zwischen Menschen und (digitalen) Medien entsteht. Exemplarisch für diesen Ansatz lässt sich die Arbeit von Bettinger (2018) nennen, der Blogs und Webseiten in die Analyse einer „sozio-mediale[n] Habitustransformation“ einbezog. Ebenso widmet sich Maria Schreiber (2020) der Rekonstruktion „digitaler Bildpraktiken“ unter anderem mittels der Analyse von Social-Media-Profilen. Auch bei diesem Zugang ist die Rekonstruktive Medienforschung mit einer Hybridisierung von Materialsorten konfrontiert (Filme, Texte, Fotografien, Emojis etc.), die es nötig machen, verschiedene, ihren Gegenständen gerecht werdende Analysestrategien (wie z. B. Bildinterpretation und Diskursanalyse) zu kombinieren.

(3) Inwiefern Medien Erfahrungen strukturieren, lässt sich entsprechend auch aufseiten der *Medienpraktiken der menschlichen Akteure* untersuchen. Mithilfe von (biografischen) Interviews lässt sich zum Beispiel fokussieren, inwiefern Medien lebensgeschichtlich relevant werden (vgl. Ganguin 2008), über Gruppendiskussionen lässt sich in den Blick nehmen, inwieweit sie einen kollektiven Erfahrungszusammenhang prägen (vgl. Schäffer 2003). Auch das Sprechen *über* digitale Spuren in Settings wie Unterrichtskommunikation kann als „(post)digitale[r] Relationierungsprozess[]“ (Engel und Karpowitz 2021, S. 186) interpretiert werden. In diesen Kontext kann auch die Studie von Hinzke und Paseka in diesem Band eingeordnet werden, welche in der Rekonstruktion von universitärer Gruppenkommunikation im Medium Zoom nach den Spezifika dieser Erhebungssituation fragt.

(4) Die genannten Analyseperspektiven zusammengefasst, erschließen gemeinsam einen weiteren Zugang zur Rekonstruktiven Medienforschung: Die „*Rekonstruktion von soziomedialen Transaktionsräumen* in ihrer Relation zu konjunktiven Erfahrungsräumen“ setzt voraus, dass hier ein Raum für *neue* Praktiken sichtbar wird, indem Interfaces analysiert, Nutzungsweisen beobachtet und biografisch (narrativ) eingebettet werden (vgl. Geimer 2022, S. 133, Kursivierung im Original).

Ausgehend von dem Erfahrungsraum als Kernkonzept der praxeologischen Wissenssoziologie (Bohnsack 2017) werden erstere nicht nur symbolisch-diskursiv organisiert verstanden, sondern auch durch dingliche Objektivationen strukturiert; mit anderen und Nohls (2014, S. 34) Worten: ‚soziodingliche Kollektive, in denen Menschen und Dinge aufeinander (ab)gestimmt werden, nenne ich ‚konjunktive Transaktionsräume‘. Solche konjunktiven (im Sinne von habituell verbindenden) Transaktionsräume wurden bislang allerdings kaum systematisch auf soziomediale Aspekte bezogen, womit sich die Frage stellt, wie deren Affordanzen in ihrer alltäglichen wie biografischen Relevanz (also jenseits der Analyse von Interfaces und ihrem Gebrauch) untersucht werden können. (Geimer 2022, S. 128)

(5) Dies führt zur Analyseperspektive, die in diesem Beitrag im Vordergrund steht: die mediale Bedingtheit eines konjunktiven Transaktionsraums. Auch wenn analytisch zu klären ist, inwiefern Medien für Erfahrungskonstitutionen relevant werden, bieten sie zunächst einmal Sinnstrukturierungen für das Handeln an. Diese Strukturierungen und die ihnen eingeschriebenen Orientierungen lassen sich über die *Rekonstruktion von Interfacestrukturen und Performanz der Medien* untersuchen (vgl. Klinge 2019). Performanz der Medien wird ähnlich der Performanz der praxeologischen Wissenssoziologie als das handlungspraktische bzw. „Wissen im oder um den Modus Operandi“ (vgl. Bohnsack 2017, S. 143) verstanden, das in der Affordanz im interaktiven Vollzug der Medien zum Ausdruck kommt und die entsprechende Doppelheit von Medialität und Einschreibungen der Entwickler*innen trägt.

Daneben gibt es aber auch Vorgehen, die hinter die Fassade des Interface schauen und Code mit interpretieren, um Sichtbarkeit der Strukturen von Datenverarbeitung zu schaffen (vgl. Verständig 2022). Im Weiteren wird allerdings das Interface als sichtbare Ebene der Kommunikationsrahmung in den analytischen Fokus gerückt. Dabei wird zum einen in einer Formulierenden Interpretation ein Beobachtungsprotokoll, orientiert an Screenshots der digitalen Medien, erstellt und eine Kontextbeschreibung der Medien einbezogen; zum anderen soll in der Reflektierenden Interpretation in Gestalt einer Sequenz- und Formalstrukturanalyse die Rekonstruktion des impliziten Sinns unter Einbezug der miteinander verwobenen textlichen, grafischen, auditiven und bewegten Elemente erfolgen (vgl. Klinge 2019, S. 117 f.). Bevor die Ergebnisse der Interfaceanalyse von Zoom als Rahmung der Situation und Kommunikation vorgestellt werden, wird Zoom als Forschungsgegenstand beleuchtet und bisherige empirische Erkenntnisse zusammengefasst.

2 Zoom als Gegenstand einer Rekonstruktiven Medienforschung

Das Programm Zoom hat sich gerade in den letzten Jahren im Zuge der Corona-Pandemie und der physischen Distanz von Akteur*innen sozialer Interaktionen als Forschungsgegenstand etabliert. Neben den bereits erwähnten Vor- und Nachteilen des Videokonferenztools werden auch bestimmte pädagogische Felder im Umgang mit der Software beforscht, so die universitäre Lehre (vgl. Serhan 2020), aber es rückt auch mit der Zoom-Fatigue ein spezifisches, in diesem Kontext auftretendes Phänomen in den Mittelpunkt des Interesses. Am Rande der Studien lässt sich beobachten, dass indirekt immer wieder auf eine ganz bestimmte Rahmung der Kommunikation verwiesen wird: So zeigt beispielsweise eine Untersuchung zu den Vor- und Nachteilen der Zoom-Nutzung in qualitativen Erhebungen, dass Interviewte die Möglichkeiten des Screen- oder Datenteilens als hilfreich erachten, um sich mitzuteilen

(vgl. Archibald et al. 2019, S. 4). Diese Einschätzung bestätigt sich auch in einer Studie von Lisa Gray et al. unter Forscher*innen (vgl. Gray et al. 2020, S. 1294 f.). Die genannten Funktionen sind durchaus medienspezifisch, und es kann davon ausgegangen werden, dass vor diesem Hintergrund auch neue Erhebungspraktiken in einem erweiterten geteilten Datenraum entstehen, die es in synchronen Erhebungssituationen dergestalt nicht gibt.

Ein weiterer Aspekt der Kommunikation via Zoom betrifft den Ort, an dem Interaktionen stattfinden: Meistens sind Zoom-Treffen im digital vermittelten privaten Raum angesiedelt, was zu einer entspannteren alltagssimulierenden Gesprächsatmosphäre beitragen könnte und gleichzeitig Intimität schafft (vgl. Howlett 2022, S. 393). So wird die Interviewsituation als „symmetrische Beziehung“ (ebd., S. 394) beschrieben, deren Signum das wechselseitige Teilen von Privatem ist. Dies mag für narrative Interviews eine geeignete Atmosphäre sein; für Arbeitskontexte ist solch eine situierte Intimität sicherlich zumindest irritierend. Auch wenn die vertrauten privaten Räume Intimität nahelegen, so scheint die Kommunikation vor und mit der Kamera auch immer den Charakter einer Bühnenaufführung („theatrical performances“) zu haben (vgl. Ferng 2020, S. 209). Dieser Tatsache geschuldet ist sicherlich auf der einen Seite das Verwenden von weichgezeichneten Hintergründen, welche die Software mittlerweile zur Verfügung stellt, und der Umstand, dass es einigen Nutzer*innen schwerfiel (und schwerfällt) vor der Kamera zu sprechen. Hier musste (und muss) sich erst ein Gewöhnungseffekt einstellen (vgl. Zhang 2020, S. 8).

Situations- und Kommunikationsrahmen durch Zoom selbst lassen sich auch für Lehr-Lern-Situationen diagnostizieren: In der Online-Lehre berichteten Schüler*innen und Student*innen beispielsweise, dass sie vor allem die Flexibilität der Kommunikation, die mit dem Medium einhergeht, wertschätzten, sie sich aber auch durch bestimmte Funktionen, wie die Chatfunktion, schnell ablenken ließen (vgl. Wiederhold 2020, S. 437). Gemeinhin wurde im Vergleich zur Präsenzlehre sowohl die Qualität der Interaktion als auch die Konzeption der Lehre als schlechter empfunden (vgl. Serhan 2020, S. 339 f.). Dabei können gerade die Imitation bestimmter Elemente (z. B. Whiteboard) und technische Nutzungskomplikationen zu Fremdheitseffekten führen (vgl. Ferng 2020, S. 208). Auch wenn einige Befunde auf die menschlichen Akteur*innen und ihre (fehlenden) Medienkompetenzen zurückgeführt werden können, lässt sich doch auch die Überschneidung verschiedener medialer Kanäle der synchronen Textkommunikation, der zusätzlichen visuellen Präsentations- und Kollaborationsmöglichkeiten über die Whiteboard-Funktion und der audiovisuellen Interaktion im Medium Zoom diagnostizieren. Zweifellos laufen auch all jene (Kommunikations-)Kanäle in der Präsenzlehre mit – der*die Student*in bekommt eine Textnachricht, der*die Dozent*in referiert und zeigt eine PowerPoint-Präsentation. Hier laufen zwar Handlungen in Gleichzeit ab, jedoch finden sie nicht in dem Maße an einem Gleichort statt, wie dies bei einem Zoom-Meeting der Fall ist. Bei Letzterem bedienen sich

alle angeführten Handlungen eines, nämlich des digitalen Kanals und erscheinen dadurch deutlich ‚näher‘ beisammenzuliegen.

Ein weiterer großer Forschungsschwerpunkt ist die Zoom-Fatigue, unter welcher in der kommunikations- bzw. medienpsychologischen Forschung eine Konsequenz dieser bestimmten Art der Kommunikation, nämlich jener mit und durch Zoom gefasst wird (vgl. Bailenson 2021, S. 4 ff.): Die Nähe von Gesichtern, die Zoom beispielsweise mit der Größe des Videoausschnitts von Eins-zu-eins-Meetings oder der Sprecher*innenansicht schafft, ist im Rahmen von real-körperlicher interpersoneller Interaktion eigentlich nur für sehr enge Beziehungen vorgesehen (vgl. ebd., S. 5). Diese visuelle Einstellung erzeugt zusätzlich – neben der bereits angeführten Situierung der Gespräche im Privatraum – eine soziale Dissonanz und entsprechend Unwohlsein, da intime Kommunikationssituation und die funktionale Ausrichtung als Arbeitstreffen, Seminar, Bewerbungsgespräch etc. aufeinandertreffen. Darüber hinaus erzwingen lange direkte Blicke, die Zoom in seinen Einstellungen durch die Frontalansicht provoziert, ein hohes Maß an Privatheit: Das Gefühl permanent angestarrt zu werden, ruft sowohl Unbehagen hervor, wandelt aber auch Zuhörende in potenziell Redende (vgl. ebd., S. 6). Der direkte Augenkontakt kann dabei als einschüchternd wahrgenommen werden (vgl. Wiederhold 2020, S. 437). Diese soziale Situation lässt sich fast schon als ‚panoptikumesk‘ beschreiben, da alle von allen scheinbar angeschaut werden. In analogen Kommunikationssituationen werden Redende nicht fortwährend direkt angesehen, sondern wenden sich unter anderem den Objekten wie PowerPoint-Präsentationen, dem eigenen Schreibblock oder anderen Dingen im Raum zu (vgl. Bailenson 2021, S. 7). In der Zoom-Kommunikation fühlt man sich nicht nur von anderen beobachtet, sondern kann sich selbst die ganze Zeit betrachten, was permanente Selbstbewertung wahrscheinlicher macht und gegebenenfalls Stress verursacht (vgl. ebd., S. 10). Frauen scheinen stärker von Zoom-Fatigue und insbesondere von der „mirror anxiety“ (Fauville et al. 2021, S. 11) betroffen zu sein. Ebenfalls wird eine kognitive Überlastung erkannt, da nonverbale Kommunikation in Zoom-Treffen einerseits nicht implizit funktioniert, sondern direkt und intentional erfolgt (z. B. durch Kopfnicken), oder man andererseits nonverbale Signale als gerichtet fehldeutet (E-Mails checken, in eine andere Ecke des Screens schauen, einer im physischen Raum anwesenden Person zunicken usw.; vgl. Bailenson 2021, S. 7 ff.). Dieses Zusammenspiel von Gesten, Sprache und Bewegung ist auf Synchronizität der Interaktion angewiesen; Letztere muss in der Kommunikation über Zoom meist aktiv gelesen und hergestellt werden, zudem müssen zeitliche Verzögerungen überbrückt werden (vgl. Morris 2020). All jene Faktoren, die im Medium selbst angelegt sind, führen zum Zustand der Erschöpfung, wobei sich die Frage stellt, ob Kommunikationssituationen erstens im Laufe der Zeit der Nutzung angepasst werden und ob sich zweitens eine Gewöhnung an das Medium und die ihm innewohnenden Eigenheiten und Ansprüche einstellt.

Auf der anderen Seite lässt sich Zoom auch im Zusammenhang mit Coping-Strategien in der Corona-Krise beschreiben, denn die Software erlaubte es, soziale Kontakte und Aktivitäten, wie Buchklubs, Chorproben oder Familientreffen mittels des Tools Zoom aufrechtzuerhalten bzw. neu zu etablieren (vgl. Greenwood-Hickman et al. 2021, S. 7). Dabei werden analoge Praktiken nicht eins zu eins ins Digitale übertragen, sondern es ergeben sich neue Konstellationen zwischen Menschen und Technologien, in welchen sich sowohl menschliche Praktiken in Relation zu den Affordanzen der Technologie verschieben als auch Funktionalitäten der Technologie in der Praxis umgedeutet werden. Der Alltag des Zoomens in der Pandemie hätte in dieser Lesart entsprechend die Entkoppelung von Körper und Geist weitergeführt und neue Subjektivitäten in Verbindung mit der Technologie hervorgebracht (vgl. Grushka et al. 2021, S. 12). Unter phänomenologischen Gesichtspunkten lassen sich neue Relationen von Raum und Zeit beobachten: So wird in der Praxis die Hell-Dunkel-Einstellung für die Anzeige benutzt, um zwischen Veranstaltungen bei Tag und bei Nacht zu unterscheiden, oder der virtuelle Hintergrund wird verwendet, um verschiedene Örtlichkeiten zu simulieren und sich in unterschiedliche Stimmungen zu versetzen (vgl. Zhang 2020, S. 9).

Neben der Transformation von Praktiken ermöglichen digitale Technologien auch neue Praktiken, wie das Zoom-Bombing (vgl. Elmer et al. 2021; Friedberg et al. 2020). Diese strafbewehrten Aktivitäten sind offensive Störungen von digitalen Meetings und Online-Lehre, sie gehen zumeist mit rassistischen oder misogynen Übergriffen einher (vgl. Elmer et al. 2021, S. 10). Sie werden zum einen durch die Plattform selbst ermöglicht, welcher spärliche Sicherheitseinstellungen nachgesagt werden und die es allen Teilnehmenden zunächst gestattet, unter anderem die eigene Bildschirmansicht zu teilen und gegebenenfalls für die Verbreitung von beleidigenden Kommentaren oder Bildmaterial zu missbrauchen. Zum anderen liegen derartige Probleme ebenfalls in den mangelnden Kenntnissen der Verantwortlichen über Sicherheitseinstellungen begründet, was beispielsweise gelangweilten Teenagern während des Covid-Lockdowns Tür und Tor öffnete (vgl. Friedberg et al. 2020, S. 3 ff.). Zoom-Bombing geht nicht selten mit Vorbereitung und Planung auf Plattformen wie Reddit oder Twitter einher, auf welchen unter anderem Zugangsdaten geteilt und Aufforderungen zum Stören formuliert werden. Anschließend werden die Videostreams der Attacken via YouTube digital zugänglich gemacht (vgl. Elmer et al. 2021, S. 6 ff.). Mittlerweile hat sich auch die universitäre Lehre darauf eingestellt und Zugänge und Funktionen werden zunehmend reguliert.

Der hier dargelegte Forschungsstand zeigt zusammengefasst, dass Zoom als digitale Technologie selbst den Rahmen für Kommunikation und soziale Interaktion auf eine spezifische Weise absteckt, und es daher vielversprechend ist, sich diesem Medium in einer Rekonstruktiven Medienforschung zuzuwenden, um diese Grundierung des Sozialen durch das Medium selbst

weitergehend untersuchen zu können. In der nachfolgenden medienrekonstruktiven Analyse des Interface soll nun analysiert werden, welche Modi sich als Rahmungen von Situation und Kommunikation finden lassen.

3 Strukturierung von Sinn und Sinnen durch Zoom

Das nachstehend verfolgte analytische Vorgehen wurde bereits im Kapitel 1.2 umrissen: Kontext und Beschreibung der Plattform wurden zunächst als Formulierende Interpretation in einem Screenshots und Erläuterung der Interaktionsmöglichkeiten umfassenden Protokoll festgehalten, anschließend wurden die textlichen, grafischen, auditiven und bewegten Elemente in ihrer Verwobenheit reflektierend interpretiert. Für die nun folgende Ergebnisdarstellung werden die jeweiligen Interpretationsschritte zusammengezogen, das heißt, es werden punktuell Screenshots, Beschreibungen der Plattform und des Kontexts angeführt, aber auch die Reflektierenden Interpretationen der diskursiven und performativen Ebenen typisierend vorgestellt.

Nachfolgend werden kurz der Kontext (die Webseite) und das Firmenlogo² dargelegt und interpretiert, um eine diskursive Einbettung der Plattform vorzunehmen.

3.1 Zoom „verbindet“ und „erschafft Zukunft“ durch den Modus des Filmens

Auf der Webseite der Firma Zoom Video Communications werden Interessierte zuerst mit einer Slideshow begrüßt, die die Anwendungsfelder der Software bewirbt: So würde Zoom als „[z]entrale Verbindungsplattform“ „Teams zusammenbringen“, aber auch hybrides Arbeiten ermöglichen, „damit Sie überall arbeiten können, wo Sie sind“. Damit inszeniert sich Zoom nicht nur als ‚sozialer Klebstoff‘, sondern verflüssigt Zeit und Raum in solch einer Weise, dass jegliche Präsenz im virtuellen Zoom-Raum als Arbeitszeit umgedeutet werden kann. Dabei seien dies „mehr als nur Meetings“, denn mittels der Plattform lasse sich eine „Zukunft“ erschaffen, die „allein begrenzt durch Ihre Vorstellungskraft“ sei. Mithilfe von Zoom organisierte Events und Webinare würden dabei helfen, „nützliche Erkenntnisse zu erlangen, die Ihnen den Weg zur digitalen Transformation ebnen“. Die Plattform wirbt also nicht nur damit, bisherige Alltags- und Arbeitswelten umzudeuten, sondern gänzlich

2 Webseite und Logo wurden nach der in diesem Artikel zusammengefassten Interpretation verändert. Die letzte Version, auf die sich hier bezogen wurde, stammt vom 09.10.2022. Alle nachfolgenden Zitate stammen entsprechend von der Webseite <https://zoom.us/> in der früheren Version.

neue Realitäten schaffen zu können, wobei man sich nur Wissen und Kompetenzen bezüglich des Umgangs mit der Plattform aneignen müsse, um von diesen ‚Schöpfungspotenzialen‘ Gebrauch machen zu können. An dieser Stelle lassen sich Verbindungen zu den disruptiven Diskursen ausmachen, die Daub (2020) als Silicon-Valley-Praktiken erkannte: Das *Traditionelle* müsse umgedeutet oder gar zerstört werden, um auf neues, von vornherein als kreativ und schöpferisch gedeutetes Potenzial zugreifen zu können. Etwas gänzlich Originäres zu erschaffen, erscheint als eine Orientierung der ständigen Zukunftsgerichtetheit, die nicht nur die technologischen Entwicklungen betreffe respektive betreffen solle, sondern sämtliche sozialen Kontexte. Im letzten Slide wird „Zoom X“ als ein Kooperationsprojekt zwischen der Telekom und Zoom beworben, welches den europäischen Datenschutz einhält. Im Umkehrschluss stellt sich die Frage, ob dies nicht auch bei der Standardplattform der Fall sein sollte.

Darunter ist neben einer strahlengrafischen Visualisierung der Zoom-Produkte eine Art Statement der Firma zu lesen:

Zoom ist für Sie gemacht. Wir helfen Ihnen, Verbindungen aufzubauen, zu kommunizieren und Ihren Ideen Ausdruck zu verleihen, damit Sie zusammen mehr erreichen können. Wir sind stolz darauf, dass uns Millionen von Firmen, Kleinunternehmen und Einzelpersonen, so wie Sie, ihr Vertrauen schenken.

Diese Aussage beinhaltet verschiedene diskursive Ebenen: Die Plattform beansprucht erstens Individualisierungsangebote. Zweitens bestätigt sich die schon formulierte These, dass die Software als ‚sozialer Klebstoff‘ diene, der nicht nur verbinde und helfe zu kommunizieren, sondern in einem Optimierungsdiskurs als eine Art Verstärker sowohl der Ideen als auch der nicht näher spezifizierten Zielerreichung fungiere. In der Summe sind soziale Verbindungen und Kommunikationen mit Zoom also – laut Eigenaussage des Unternehmens – produktiver. Drittens gewährt die Plattform sich selbst den Vertrauensvorschuss der angesprochenen potenziellen Kund*innen, basierend auf dem vermeintlichen Vertrauen bisheriger Nutzer*innen. Insgesamt wird der*die Nutzer*in mit einem kollektiven „Wir“ der Firma angesprochen, was vermutlich dazu dient, das Vertrauensverhältnis zu stärken, indem ein Gegenüber formuliert wird. In dieser Adressierung und dem Insvertrauenziehen der Nutzer*innen wird nicht deutlich, auf was sich das Vertrauen im Konkreten beziehen soll.

Das Zoom-Logo (siehe Abb. 3.1) zeigt eine iconisierte weiße Film- bzw. Videokamera von der Seite, es wird von einem mittelblauen Hintergrund gerahmt. Während Fotokameraicons immer eine Frontalansicht des abgebildeten Objekts nutzen und damit auf eine Art Schnappschussmoment rekurrieren,

werden Videokameras stets von der Seite iconisiert und verweisen damit vermutlich auf den Akt des Filmens.



Abbildung 3.1: Zoom-Logo

Interessant ist, dass alltägliche Freizeitaktivitäten und Momente aus dem Arbeitsleben nur noch selten mit solchen Geräten festgehalten werden, sondern zumeist mit den im Smartphone oder Laptop integrierten Kameras – wie dies bei der Plattform Zoom auch der Fall ist. Lediglich in professionalisierten Kontexten, wie der Fotografie- oder Filmbranche, kommen derartige Apparate zum Einsatz. An dieser Stelle kann jedoch auf vorhandenes kulturelles Wissen zurückgegriffen werden. Auch wenn Zoom noch zahlreiche andere Funktionalitäten, wie das Miteinandersprechen, das Chatten oder das Sehen der anderen Kommunikationsteilnehmer*innen bereithält, rückt das Logo das Filmen – und vor allem das Gefilmtwerden – in den Vordergrund.



*Abbildung 3.2:
Skype-Logo*



*Abbildung 3.3:
Telegram-Logo*



*Abbildung 3.4:
Signal-Logo*

Der blaue Hintergrund erinnert an die vor Zoom gegründete Videokommunikationsplattform Skype (siehe Abb. 3.2), die 2003 auf den Markt kam und derzeit zunehmend an Bedeutung verliert. Aber auch andere Kommunikationsapps wie Telegram (siehe Abb. 3.3) oder Signal (siehe Abb. 3.4) bedienen sich eines weißen Icons auf blauem Grund. Die Farbgebung scheint in der Techindustrie entsprechend der vielen Beispiele selbstreferentiell zu sein. Aber auch zur Farblehre lassen sich Bezüge herstellen: Blau wird in der Farblehre zwar als kalte, aber beruhigende Farbe beschrieben; gerade die Kombination von

Weiß und Blau spielt auf die Verbindung von Wasser und Himmel als Elemente der Weite und Tiefe an. Blau ist des Weiteren eine Farbe, der auch als *erfahrbarer Gegenstand* in der Kunst Bedeutung zugemessen wird, wie Franziska Endreß in diesem Band deutlich macht.

3.2 Visuelle Konstruktion von Ab- und Anwesenheit im Interface

Im Folgenden wird nun das Interface von Zoom beleuchtet, wobei auf die Desktopapp für Windows zurückgegriffen wird. Hier gibt es u. a. die Möglichkeit, an einem Meeting teilzunehmen, zu dem man über einen Link (via E-Mail) eingeladen wird, aber auch selbst das Programm zu starten und dort einen Meetingraum zu eröffnen, Einladungen für Zoom-Veranstaltungen als Link zu erzeugen, an Meetings über die Eingabe einer ID teilzunehmen oder Meetings zu planen bzw. grundsätzliche Einstellungen vorzunehmen (wie Audio-, Video- oder Hintergrundereinstellungen). Ich werde mich in der weiteren Analyse auf die Rahmung einer laufenden Videokommunikation beziehen. Eröffnet man einen Videokonferenzraum und sind Video- und Audioeinstellungen ausgeschaltet, erscheint der eigene, zuvor festgelegte Nutzer*innenname mittig auf schwarzem Hintergrund (siehe Abb. 3.5).

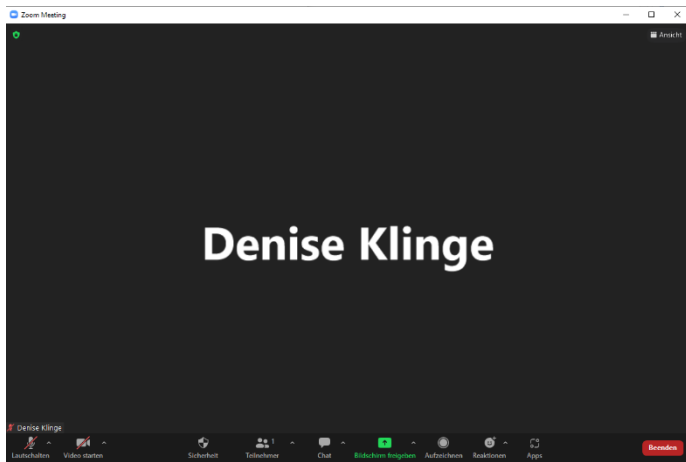


Abbildung 3.5: Eingangsscreen bei der Eröffnung des Zoom-Raums

Auch wenn die Audiofunktion angeschaltet wird, ändert sich nichts an dieser Darstellung. Der Name wird in doppelter Form angezeigt: Erstens auf die geschilderte Weise, hier wird der Namensschriftzug zu einer Repräsentation der*des Teilnehmer*in im schwarzen ‚Nichts‘ des Raums; versinnbildlicht

wird also die visuelle Abwesenheit. Zweitens als kleiner gesetzter Schriftzug am unteren linken Rand; signalisiert wird die Sprechfähigkeit des Partizipierenden (Laut- und Stummschaltung). Beide Darstellungen des Namens, die visuelle und/oder auditive Anwesenheit ausdrücken, lassen entsprechend das Signalisieren einer Abwesenheit zu (schwarzer Hintergrund und stummgeschaltet), auch wenn der*die Nutzer*in auf der Plattform eingeloggt und damit eigentlich anwesend ist. Es lässt sich vermuten, dass mit dieser Zuordnung als visuell nichtanwesende Anwesende auch auf Seiten der Nutzer*innen diese Rahmung anklingt und zu einer bestimmten Kommunikation bzw. Stillschweigen anregt.

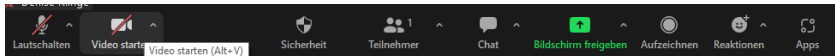


Abbildung 3.6: Funktionsleiste in Zoom während eines Online-Meetings

Am unteren Bildrand befindet sich eine Leiste mit verschiedenen Icons (siehe Abb. 3.6), die neben den Audio- und Videofunktionen weitere Einstellungsmöglichkeiten bietet. Die Audioeinstellung wird durch ein Tonstudiomikrofon symbolisiert. Ist das reale Mikrofon des Teilnehmenden ausgeschaltet, ist das Icon rot durchgestrichen. Der Teilnehmende ist damit nicht redeberechtigt und wird in der Absolutheit des ‚auditiv ausgeschaltet Sein‘ unterstrichen. Das gleiche Verfahren findet sich bei der Videoeinstellung, das Icon – die Filmkamera aus dem Logo – wird bei fehlender Aktivierung rot durchgestrichen. Auf ähnliches Gebrauchswissen, das sich aus dem Umgang mit (antiquierten) realen technischen Geräten speist, wird übrigens zurückgegriffen, wenn für die Aufzeichnungsfunktion das Record-Symbol von Videorekordern oder alten Tonbandgeräten genutzt wird. Die Einstellung „Sicherheit“ ist mit einem Schutzschild, mag man dies mit einem mittelalterlichen Ritterschild oder dem Schutzschild von Virussoftware assoziieren, versinnbildlicht. Die darunter gefassten Einstellungen beziehen sich allerdings nicht – wie man im Rahmen digitaler Mediennutzung vielleicht annehmen könnte – auf Datensicherheit oder Ähnliches, sondern hier werden die Restriktionsverfügungen des*der Zoom-Raum-Gastgeber*in (Hosts) gegenüber den Besucher*innen ausgeführt. So kann man beispielsweise darüber verfügen, ob die Teilnehmer*innen ihr Mikrofon aktivieren können (Lautschalten), den Chat benutzen dürfen oder mit der Videofunktion teilnehmen können. In roter Schrift ist die Funktion „Aktivitäten der Teilnehmer aussetzen“ angeführt; diese totale Kontrollfunktion erscheint für soziale Interaktionen, insbesondere für pädagogische, absurd und wäre so in analogen Settings überhaupt nicht umsetzbar. Teilnehmer*innen lassen sich auch individuell stummschalten, indem in der Partizipierendenliste die entsprechende Funktion für den*die jeweilige*n Besucher*in ausgewählt wird. Ferner lässt sich im Chat unterbinden, dass Teilnehmer*innen überhaupt oder nur mit einzelnen anderen Besucher*innen via Chat schreiben können. Der

Host des Zoom-Meetings hat also umfassende (Macht-)Befugnisse über die Kommunikation der Teilnehmenden.

Sowohl im Chat als auch über die Funktion „Reaktionen“ kann man auf die digitale Universalsprache der Emojis zugreifen. Einer Aussage oder Handlung kann entsprechend mit den kanonisierten Emotionsäußerungen in Gestalt einfacher Bilder entgegnet werden. Reaktionen sind so nicht als (inhaltliche) Elaborationen im Zoom-Raum zu verstehen, sondern als knappe (emoji-visuelle) Bewertungen. Auch durch diese Funktion wird im Zoom-Raum eine bestimmte soziale Verteilung konstruiert, die partielle Teilnahme bzw. Zustimmung ausdrücken kann, aber zunächst einmal inhaltliche Auseinandersetzungen durch kommunikative Akte nicht nahelegt. Das grün leuchtende Symbol „Bildschirm freigeben“ erscheint visuell hervorgehoben und lässt sich als appellative Aufforderung zur Handlung deuten. Gerade im Kontrast zum roten Verlassenbutton wirken beide wie einander ergänzende Gegensätze, wie Ein- und Ausschalter bzw. Eingangs- und Ausgangstür. Das Teilen – das im Narrativ der Techindustrie allgegenwärtig ist – hat sich auch hier prominent in das Interface eingeschrieben.

3.3 Das Primat der Sichtbarkeit

Die Einstellungen können auf zwei Wegen – mit Rechtsklick auf den Bildschirm und über die Rubrik der allgemeinen Audio- und Videoeinstellungen – vorgenommen werden. Die Einstellungsmöglichkeiten machen deutlich, dass das Visuelle bei den Funktionen Vorrang hat. Dies entspricht auch der Symbolik des Logos und den bisherigen Interpretationen der Anwesenheit durch Sichtbarkeit. In den allgemeinen Einstellungen lassen sich Modifikationen in den Hell-Dunkel-Darstellungen des Interface vornehmen, Hauttöne für die Emojis und Ähnliches festlegen. In den Videoeinstellungen gibt es die Möglichkeit, das Video zu spiegeln, aber auch sein „Erscheinungsbild“ zu retuschieren, ähnlich den Kamerafiltern, um Unebenheiten oder Müdigkeit aus dem Gesicht zu ‚zaubern‘. Eine Extrafunktion bei Zoom sind die Einstellungen zu Hintergründen und Effekten (siehe Abb. 3.7).

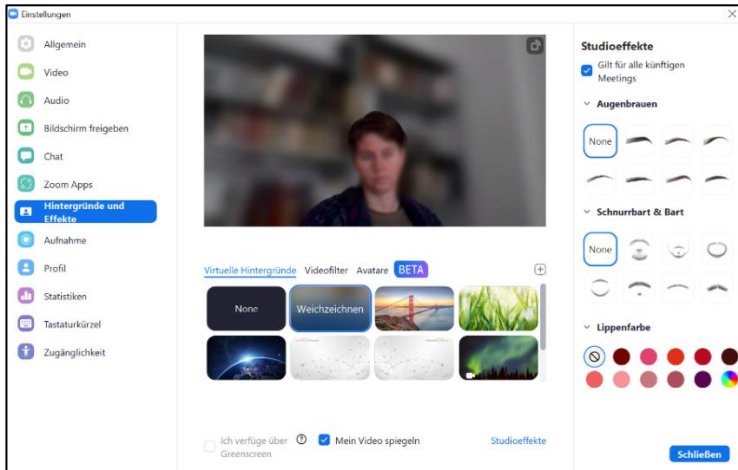


Abbildung 3.7: Einstellungen Hintergründe und Effekte

Wenn man diese Rubrik auswählt, zeigen sich folgende Optionen: Bei den virtuellen Hintergründen sind ein Weichzeichnereffekt des Hintergrunds, die San Francisco Bridge, Gras in Nahaufnahme, Nordlichter, die sich bewegen, der Weltraum und karibischer Strand mit Wellen- und Palmenbewegung (siehe Abb. 3.8a) voreingestellt. Es lassen sich aber auch individuelle Hintergrundbilder hochladen. Die eigene visuelle Präsenz kann man mit Studioeffekten bearbeiten, das heißt konkret, Augenbrauen, Bärte oder Lippenfarben hinzufügen. Fernerhin kann man (humoristische) Videofilter ergänzen und sich Katzenohren, Hüte, Schweinsnasen, Brillen, Masken (siehe Abb. 3.8a) und anderes aufsetzen. Eine neuere Funktion ist es, sich in ein Comictier-Avatar (Hase, Fuchs, Katze etc.) zu verwandeln (siehe Abb. 3.8b). Die virtuellen Hintergründe sind jeweils mit Videofiltern oder Avataren kombinierbar.

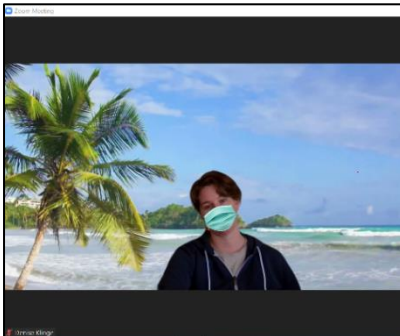


Abbildung 3.8a und 3.8b: Hintergründe, Filter und Avatare

All diese Einstellungen haben gemeinsam, dass sie zum Beispiel durch idealisierte Freizeitbilder Social-Media-Ästhetiken und -Diskurse aufgreifen und verspielte Umgangsweisen mit dem Medium Zoom offerieren. Man kann sich Partyhüte aufsetzen oder sich durch Filter in humanisierte Tiere verwandeln, die die eigenen Bewegungen, Kopf- und Mundbewegungen und das Blinzeln, nachahmen. Die Studioeffekte und einige Videofilter oszillieren zwischen dem Spiel mit der eigenen visuellen Anwesenheit und der ästhetisierenden Filterung des Selbst (z. B. Retuschierfilter), um ganz bestimmten Schönheitspraktiken zu entsprechen. Diese Einstellungen stellen nur einen kleinen Teil der Funktionalitäten von Zoom dar, sie zeigen aber in besonderer Deutlichkeit, in welchem Diskursraum sich das Medium bewegt. Diese Affordanzen gehen mit dem Primat des Visuellen, und zwar einer ganz bestimmten Form der Social-Media-Ästhetik, einher und lasse weitere Rückschlüsse auf die Diskurse und Praktiken der Entwickler*innen zu: Dies ist zum einen eine Infantilisierung der Nutzer*innen, zum anderen eine Form der Playfulness, die auch schon Bunz (2015) beschrieben hat und die sich in den Produkten niederschlägt. Daher ist es auch nicht verwunderlich, dass in der Logik des Mediums solche Einstellungen auch für Arbeitstreffen und Lehrveranstaltungen adäquat erscheinen.³ Man kann darüber hinaus vermuten, dass diese medialen Praxisrahmungen je nach sozialem und (medien-)kulturellem Hintergrund anders anklingen. So können ältere Generationen solche Rahmungen im Sinne ihrer „Medienpraxiskultur“ (Schäffer 2003) irritierend finden, während Generationen, die alltagsweltlich seit jeher mit solchen Social-Media-Ästhetiken umgehen, sich durchaus angesprochen fühlen können, diese Rahmungen sozialer Praxis zu elaborieren.

3 Die Firma wirbt dezidiert für solche Kontexte und nicht für Freizeittreffen.

Auch Kommunikation selbst wird über das Visuelle gerahmt. So erhalten Sprecher*innen im Medium Zoom einen leuchtend neongelben Rahmen (siehe Abb. 3.9); Sprecher*innenwechsel werden nach 1 bis 2 Sekunden durch den Wechsel des Rahmens grafisch erfasst, während kurze Zwischengeräusche bzw. -bemerkungen mit einem kleinen Strich unter der Bildkachel markiert werden. Es sei denn, man spricht in die Stille, dann erfolgt der Wechsel sofort und die Rahmung verbleibt bei der zuletzt sprechenden Person. Durch diese Zoom-Funktion der Visualisierung akustischer Signale einer bestimmten Länge und Konstellation wird entsprechend markiert, wann es sich um einen ‚vollwertigen‘ Redebeitrag handelt und wann nicht. Ebenfalls wird durch diese Rahmung der*des Redner*in eine Abfolge der Konversationsbeiträge nahegelegt: Man spricht nacheinander und nicht simultan oder einander überlappend. Diese *Visualisierung des Sprechens* ist in beiden möglichen Ansichten – der Galerie- und der Sprecher*innenansicht (siehe Abb. 3.9 und 3.10) – gleichermaßen der vom Medium nahegelegte Modus der Kommunikation.

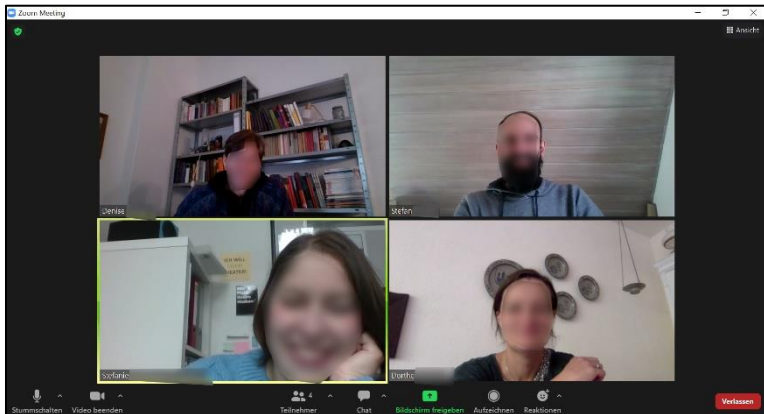
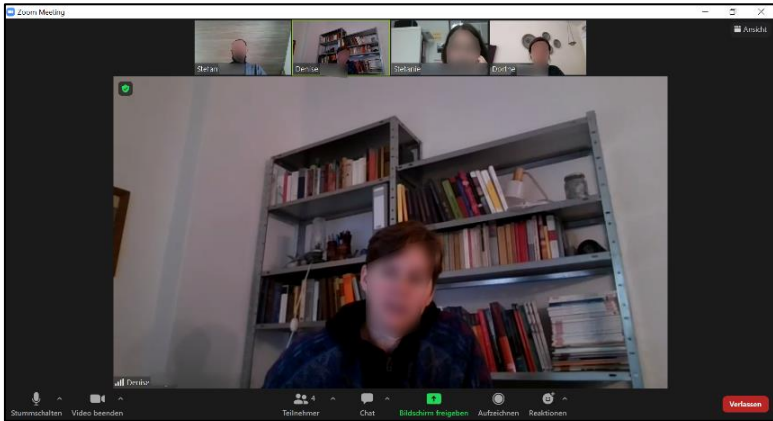


Abbildung 3.9: *Visualisierung des Sprechens in der Galerieansicht (Seminar-
gruppe)*

Während in der Galerieansicht die Bilder nebeneinander – ähnlich einer Ausstellung – hängen, wird die Visualisierung des Sprechens im Modus der Sprecher*innenansicht (siehe Abb. 10) verstärkt.

Hier wechselt der*die Sprecher*in in eine Großdarstellung, zusätzlich werden die Kacheln aller Beteiligten in kleinerem Format über dem*der Sprecher*in angezeigt, darunter auch der*die Redende, der*die sich verdoppelt und ebenfalls leuchtend umrandet wird. In der Einstellung der Sprecher*innenansicht sieht man sich selbst allerdings nicht während des Sprechens, sondern die

Person, die zuletzt einen Redebeitrag leistete. Es wird hier also eine Art Gesprächssituation simuliert, die allerdings nicht zulässt, dass Ansprache in ausgewählter Form erfolgt, sondern Ansprache wird als Reaktion auf etwas Gesagtes interpretiert. Denn der*die Vorredner*in wird auch immer als Angesprochene*r visualisiert.



*Abbildung 3.10: Visualisierung des Sprechens in der Sprecher*innenansicht*

Während die visuell nichtanwesenden Anwesenden in der Galerieansicht zumindest noch als schwarze Kacheln präsent sind, verschwinden sie in der Sprecher*innenansicht komplett in die Nichtsichtbarkeit, da hier Personen mit aktivierter Kamera vor jenen ohne angeordnet werden. Aber auch in der Galerieansicht wird visuell in visuell Anwesende und visuell nichtanwesende Anwesende (schwarze Kacheln) gruppiert (siehe Abb. 3.11). Damit wird nicht nur in der bildlichen Darstellung eine Kommunikation zweiter Ordnung über die Gesprächssituation gelegt – das heißt, man beobachtet die Kommunikation in ihrer Performanz durch eine Anordnung als Objekte –, sondern die Kommunikationsobjekte werden in sichtbare und unsichtbare differenziert. Will man sich während der Kommunikationssituation für Sichtbarkeit entscheiden, erfordert dies eine aktive Handlung, nämlich das Einschalten der Kamera, die wiederum zur Folge hat, dass man nun in die Gruppe der aktiven Teilnehmer*innen wechselt.

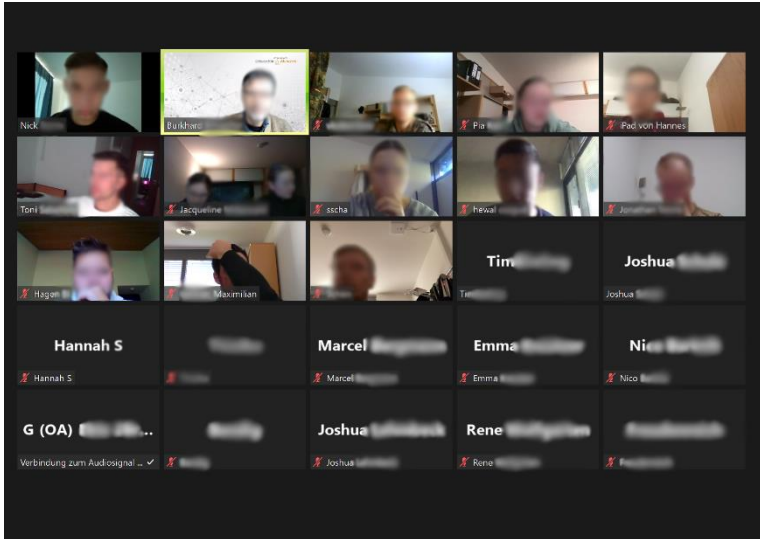


Abbildung 3.11: Visualisierung des Sprechens in der Galerieansicht

Durch die Visualisierung des Sprechens (und des Schweigens) und der daraus folgenden Ordnung der Kommunikation wird der soziale Rahmen abgesteckt. Es gibt im Zoom-Raum demzufolge in der Regel visuell Anwesende und visuell Abwesende, wobei sich diese Zuordnung vermutlich auch in die Nutzer*innen einschreibt und eine bestimmte Art der Involviertheit in das Kommunikationsgeschehen nahelegt.

4 Fazit: Visualisierung von Kommunikation unter dem Primat der kameramediierten Sichtbarkeit

Die Analyse von Diskursen auf der Webseite von Zoom Video Communications, des Logos und des Interface von Zoom-Meetings lassen sich folgendermaßen zusammenfassen: Die Performanz des Interface in Form seiner Anforderungen ist kongruent zu dem, was sich auf der impliziten Bildebene im Logo zeigt. Die kameramediierte Sichtbarkeit strukturiert die Verhältnisse im Zoom-Raum, wobei sowohl die vermeintliche Anwesenheit als auch der Akt des Sprechens durch Visualisierungen geordnet sind. Damit zeigt sich ein interessantes medientheoretisch zu rahmendes Verhältnis von Sinn und Sinnen: Die Direktion und Konzentration des *visuellen* Sinns lenkt den auditiven Sinn und konstruiert damit einen bestimmten sozialen Sinn von Anwesenheit und

Sprechfähigkeit. Des Weiteren ließen sich nicht nur auf der Webseite, sondern auch im Interface die Einschreibung bestimmter Silicon-Valley-Diskurse rekonstruieren: Die Bewerbung der Plattform greift eine bestimmte Art der disruptiven Zukunftsgerichtetheit auf, die traditionelle Zusammenhänge auflöst und neue Zukünfte beim Gebrauch der Plattform (primär in Arbeitskontexten) verspricht. Die Ordnung des Sozialen zeigt sich durch das Angebot einer (verspielten) Social-Media-Ästhetik, die in verschiedenen Kontexten für unterschiedliche (generationsspezifische) Praktiken im Modus der Irritation oder der Selbstverständlichkeit sorgen kann. Ein Kritikpunkt, den Hinzke und Paseka angesprochen haben, betrifft ethische Aspekte wie beispielsweise Datensicherheit. Dieser Gesichtspunkt zeigt sich in der Analyse von Zoom eher als Leerstelle: Während auf der Webseite Datensicherheit als eine besondere Zusatzqualität dargestellt wird, und die Firma sich selbst im Vertrauen der Nutzer*innen wähnt, wird im Interface *Sicherheit* als Einschränkung von Nutzer*innen (aber nicht von Plattformbetreiber*innen) sichtbar, was vermutlich auch auf Phänomene wie das Zoom-Bombing zurückzuführen ist.

Inwiefern diese Rahmungen etwas mit den Kommunikationsteilnehmer*innen ‚machen‘, bleibt eine empirisch zu beantwortende Frage, worauf auch der Beitrag von Hinzke und Paseka in diesem Band hinweist. So kann es zum einen sein, dass sich in der Gewöhnung mit dem Medium eine neue Normalität herausbildet, in welcher die Rahmung des Mediums mit bisherigen Praktiken hybridisiert wird. Was Hinzke und Paseka in ihrem Beitrag diesbezüglich rekonstruieren konnten, ist „das weitgehende Ausbleiben von überlappender Sprache“, was sie vorsichtig auf erlernte, „in diesem Medium spezielle[] soziale[] Regeln“ zurückführen (Hinzke und Paseka Kapitel 5.2.3). Es könnte aber auch damit zusammenhängen, dass Zoom durch die Visualisierung von Kommunikation ein Sichtbarkeits-, aber auch ein Eindeutigkeitsprimat befördert, was sich dann wiederum in das Verhalten der Kommunikationsteilnehmer*innen in Form von Gewöhnung einschreibt. Bisherige Studien zum Medium Zoom zeigen zum einen eigenwillige Nutzungspraktiken – wie die Ordnung des Tagesablaufs mittels Hintergrund- und Hell-Dunkel-Einstellungen des Interface. Zum anderen lassen sich aber auch Auswirkungen wie die *mirror anxiety* als Begleiterscheinung des Primats der kameramediierten Sichtbarkeit feststellen.

In Bezug auf eine Rekonstruktive Medienforschung lässt sich konstatieren, dass mit solch einer Fokussierung auf das Medium selbst, die diskursiven und formativen Rahmungen der sozialen Situation und der digitalen Kommunikation ins Zentrum rücken. Die Analyse von Zoom hat gezeigt, wie diese digitale Kommunikationsplattform bestimmt, wie Personen erstens überhaupt als (sichtbares und unsichtbares) Gegenüber gerahmt werden, wie zweitens die Visualisierung von Kommunikation eine (Ab-)Folge des Redens nahelegt, wie drittens bestimmt wird, was sichtbare Beiträge sind, und wie viertens aktive Entscheidungen für das Reden eingefordert werden.

Literatur

- Alirezabeigi, S., Masschelein, J., & Decuypere, M. (2022). The Timescape of School Tasks. Towards Algorithmic Patterns of On-Screen Tasks. *Critical Studies in Education*, S. 1–17. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17508487.2021.2009532>. Zugegriffen: 8. Dezember 2022.
- Archibald, M. M., Ambagtsheer, R. C., Casey, M. G., & Lawless, M. (2019). Using Zoom Videoconferencing for Qualitative Data Collection. Perceptions and Experiences of Researchers and Participants. *International Journal of Qualitative Methods* 18, S. 1-18.
- Bailenson, J. N. (2021). Nonverbal Overload. A Theoretical Argument for the Causes of Zoom Fatigue. *Technology, Mind, and Behavior* 2(1), S. 1–16.
- Bergmann, J. (2011). Studies of Work. In R. Ayaß, & J. Bergmann (Hrsg.), *Qualitative Methoden der Medienforschung* (S. 391–405). Mannheim: Verlag für Gesprächsforschung.
- Bettinger, P. (2018). *Praxeologische Medienbildung. Theoretische und empirische Perspektiven auf sozio-mediale Habitustransformation*. Wiesbaden: Springer VS.
- Bettinger, P. (2021). Gesellschaftlicher Wandel und die Entwicklung qualitativer Forschung im Feld der Bildung. *Zeitschrift für Qualitative Forschung* 22(1), S. 11–24.
- Bohnsack, R. (2017). *Praxeologische Wissenssoziologie*. Opladen & Toronto: Barbara Budrich.
- Bunz, M. (2015). School Will Never End. On Infantilization in Digital Environments. Amplifying Empowerment or Propagating Stupidity? In D. M. Berry, & M. Dieter (Hrsg.), *Postdigital Aesthetics. Art. Computation and Design* (S. 191–202). London: Palgrave Macmillan.
- Clarke, A. E. (2012). *Situationsanalyse. Grounded Theory nach dem Postmodern Turn*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Decuypere, M., & Hartong, S. (2022). Edunudge. *Learning, Media and Technology*, S. 1–15. <https://www.tandfonline.com/doi/full/10.1080/17439884.2022.2086261>. Zugegriffen: 8. Dezember 2022.
- Duffy, J. (2022). *Zoom Meetings. A top video calling app for stability and features*. PC Mag UK. <https://uk.pcmag.com/video-conferencing/125660/zoom-meetings>. Zugegriffen: 8. Dezember 2022.
- Elmer, G., Neville, S. J., Burton, A., & Ward-Kimola, S. (2021). Zoombombing during a Global Pandemic. *Social Media + Society* 7(3), S. 1–12.
- Engel, J., & Karpowitz, L. (2021). Global Forms of Digitality Intersect with Local Visual Cultures. Zu einer postdigitalen Relationalität von Bildungsprozessen. *Jahrbuch Dokumentarische Methode* 4, S. 185–210.
- Faulstich, W. (2012). *Die Mediengeschichte des 20. Jahrhunderts*. München: Fink.
- Fauville, G., Luo, M., Queiroz, A. C. M., Bailenson, J. N., & Hancock, J. (2021). Nonverbal Mechanisms Predict Zoom Fatigue and Explain Why Women Experience Higher Levels than Men. *SSRN Electronic Journal*. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3820035. Zugegriffen: 8. Dezember 2022.

- Ferng, J. (2020). Post-Zoom. Screen Environments and the Human/Machine Interface. *Architectural Theory Review* 24(2), S. 207–210.
- Friedberg, B., Lim, G., & Donovan, J. (2020). *Space Invaders. The Networked Terrain of Zoom Bombing*. https://shorensteincenter.org/wp-content/uploads/2020/08/TaSC_Zoom-Bombing_August-2020.pdf. Zugegriffen: 1. Dezember 2022.
- Ganguin, S. (2008). Biographische Medienforschung. In U. Sander, F. von Gross, & K.-U. Hugger (Hrsg.), *Handbuch Medienpädagogik* (S. 335–340). Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Geimer, A. (2022). Subjektivierung und (Medien)Bildung unter Bedingungen soziomedialer und (post)digitaler Lebensverhältnisse. Theoretische und methodologische Herausforderungen für die qualitative Forschung. In M. Kondratjuk, O. Dörner, S. Tiefel, & H. Ohlbrecht (Hrsg.), *Qualitative Forschung auf dem Prüfstand. Beiträge zur Professionalisierung qualitativ-empirischer Forschung in den Sozial- und Bildungswissenschaften* (S. 117–138). Opladen: Barbara Budrich.
- Giddens, A. (1996). *Konsequenzen der Moderne*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Gray, L., Wong-Wylie, G., Rempel, G., & Cook, K. (2020). Expanding Qualitative Research Interviewing Strategies. Zoom Video Communications. *The Qualitative Report* 25 (5), S. 1292–1301.
- Greenwood-Hickman, M. A., Dahlquist, J., Cooper, J., Holden, E., McClure, J. B., Mettert, K. D., Perry, S. R., & Rosenberg, D. E. (2021). ‚They’re Going to Zoom it‘. A Qualitative Investigation of Impacts and Coping Strategies during the COVID-19 Pandemic among Older Adults. *Frontiers in Public Health* 9, S. 1–10.
- Grushka, K., Lawry, M., Sutherland, K., & Fergusson, C. (2021). A Virtual Choir Ecology and the Zoom-Machinic. *Video Journal of Education and Pedagogy* 5(1), S. 1–16.
- Hörisch, J. (2004). *Eine Geschichte der Medien. Vom Urknall zum Internet*. Frankfurt am Main: Suhrkamp.
- Howlett, M. (2022). Looking at the ‚Field‘ through a Zoom Lens. Methodological Reflections on Conducting Online Research during a Global Pandemic. *Qualitative Research* 22(3), S. 387–402.
- Iqbal, M. (2022). *Zoom Revenue and Usage Statistics (2022)*. Business of Apps. <https://www.businessofapps.com/data/zoom-statistics/>. Zugegriffen: 1. Dezember 2022.
- Klinge, D. (2018). Die (implizite) Pädagogik von Self-Tracking. Handlungspraxis und Vermittlungsweisen der EntwicklerInnen im Spannungsfeld von Entrepreneurship, Technik und Design. In D. Houben, & B. Prietl (Hrsg.), *Datengesellschaft. Einsichten in die Datafizierung des Sozialen* (S. 133–153). Bielefeld: transcript.
- Klinge, D. (2019). Dokumentarische Methode und digitale Artefakte. Zur Rekonstruktion der Vermittlungsweisen von Apps. *Jahrbuch Dokumentarische Methode* 1, S. 107–130.
- Klinge, D. (2020). Lehrende Algorithmen. Spielend-behavioristische Lernanregungen von Apps als digitale Technologien. *Hessische Blätter für Volksbildung* 3, S. 65–75.

- Krämer, S. (1994). Geist ohne Bewusstsein? Über einen Wandel in den Theorien vom Geist. In S. Krämer (Hrsg.), *Geist – Gehirn – künstliche Intelligenz. Zeitgenössische Modelle des Denkens* (S. 88–110). Berlin: de Gruyter.
- Krotz, F. (2007). *Mediatisierung. Fallstudien zum Wandel von Kommunikation*. Wiesbaden: VS Verlag für Sozialwissenschaften.
- Leschke, R. (2001). Medientheorie. In H. Schanze (Hrsg.), *Handbuch der Mediengeschichte* (S. 14–40). Stuttgart: Kröner.
- McLuhan, M. (1964). *Understanding Media. The Extensions of Man*. New York: McGraw-Hill.
- McLuhan, M. (2011). *The Gutenberg Galaxy. The Making of Typographic Man*. Toronto: University of Toronto Press.
- McLuhan, M., & Fiore, Q. (1967). *The Medium Is the Massage*. London: Allen Lane Penguin Press.
- Morris, B. (2020). Why Does Zoom Exhaust You? Science Has an Answer. On Video Calls, Looming Heads, Staring Silent Audience, and that Millisecond Delay Disrupt Normal Human Communication. *The Wall Street Journal*. <https://www.wsj.com/articles/why-does-zoom-exhaust-you-science-has-an-answer-11590600269>. Zugegriffen: 1. Dezember 2022.
- Przyborski, A. (2018). *Bildkommunikation. Qualitative Bild- und Medienforschung*. München: de Gruyter.
- Przyborski, A., & Wohlrab-Sahr, M. (2021). *Qualitative Sozialforschung. Ein Arbeitsbuch*. (5. Aufl.). Boston: de Gruyter.
- Schäffer, B. (2003). *Generationen – Medien – Bildung. Medienpraxiskulturen im Generationenvergleich*. Opladen: Leske + Budrich.
- Schäffer, B. (2022). ‚Das Medium ist die Methode‘. Zur Technikgeschichte qualitativer Methoden. In T. Fuchs, C. Demmer, & C. Wiezorek (Hrsg.), *Aufbrüche, Umbrüche, Abbrüche. Wegmarken qualitativer Bildungs- und Biographieforschung* (S. 145–166). Opladen: Barbara Budrich.
- Schelhowe, H. (2016). ‚Through the Interface‘. Medienbildung in der digitalisierten Kultur. *MedienPädagogik. Zeitschrift für Theorie und Praxis der Medienbildung* 25, S. 41–58.
- Schreiber, M. (2020). *Digitale Bildpraktiken. Handlungsdimensionen visueller vernetzter Kommunikation*. Wiesbaden: Springer VS.
- Serhan, D. (2020). Transitioning from Face-to-Face to Remote Learning. Students’ Attitudes and Perceptions of Using Zoom during COVID-19 Pandemic. *International Journal of Technology in Education and Science* 4(4), S. 335–342.
- Suchman, L. A. (1985). *Plans and Situated Actions. The Problem of Human-Machine Communication*. Palo Alto: XEROX.
- Verständig, D. (2022). .exe. Software und ihre Bedeutung für eine erziehungswissenschaftliche Medienforschung. In S. Hofhues, & K. Schütze (Hrsg.), *Doing Research. Wissenschaftspraktiken zwischen Positionierung und Suchanfrage*. Bielefeld: transcript.
- Wagner, W.-R. (2013). *Bildungsziel Medialitätsbewusstsein. Einladung zum Perspektivwechsel in der Medienbildung*. München: kopaed.
- Weiner, Y. (2017). *The Inspiring Backstory of Eric S. Yuan, Founder and CEO of Zoom*, Thrive Global platform. <https://medium.com/thrive-global/the->

- inspiring-backstory-of-eric-s-yuan-founder-and-ceo-of-zoom-98b7fab8cacc.
Zugegriffen: 8. Dezember 2022.
- Wiederhold, B. K. (2020). Connecting Through Technology During the Coronavirus Disease 2019 Pandemic: Avoiding “Zoom Fatigue”. *Cyberpsychology, Behavior and Social Networking* 23(7), S. 437–438.
- Zhang, M. (2020). *When at Home. A Phenomenological Study of Zoom Class Experience*. Technology and the Future of the Home Conference, Missouri University of Science and Technology, Rolla, MO, November 6, 2020. https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3671805. Zugegriffen: 1. Dezember 2022.
- Zillien, N. (2019). Affordanz. In K. Liggieri, & O. Müller (Hrsg.), *Mensch-Maschine-Interaktion. Handbuch zu Geschichte – Kultur – Ethik* (S. 226–228). Stuttgart: Metzler.